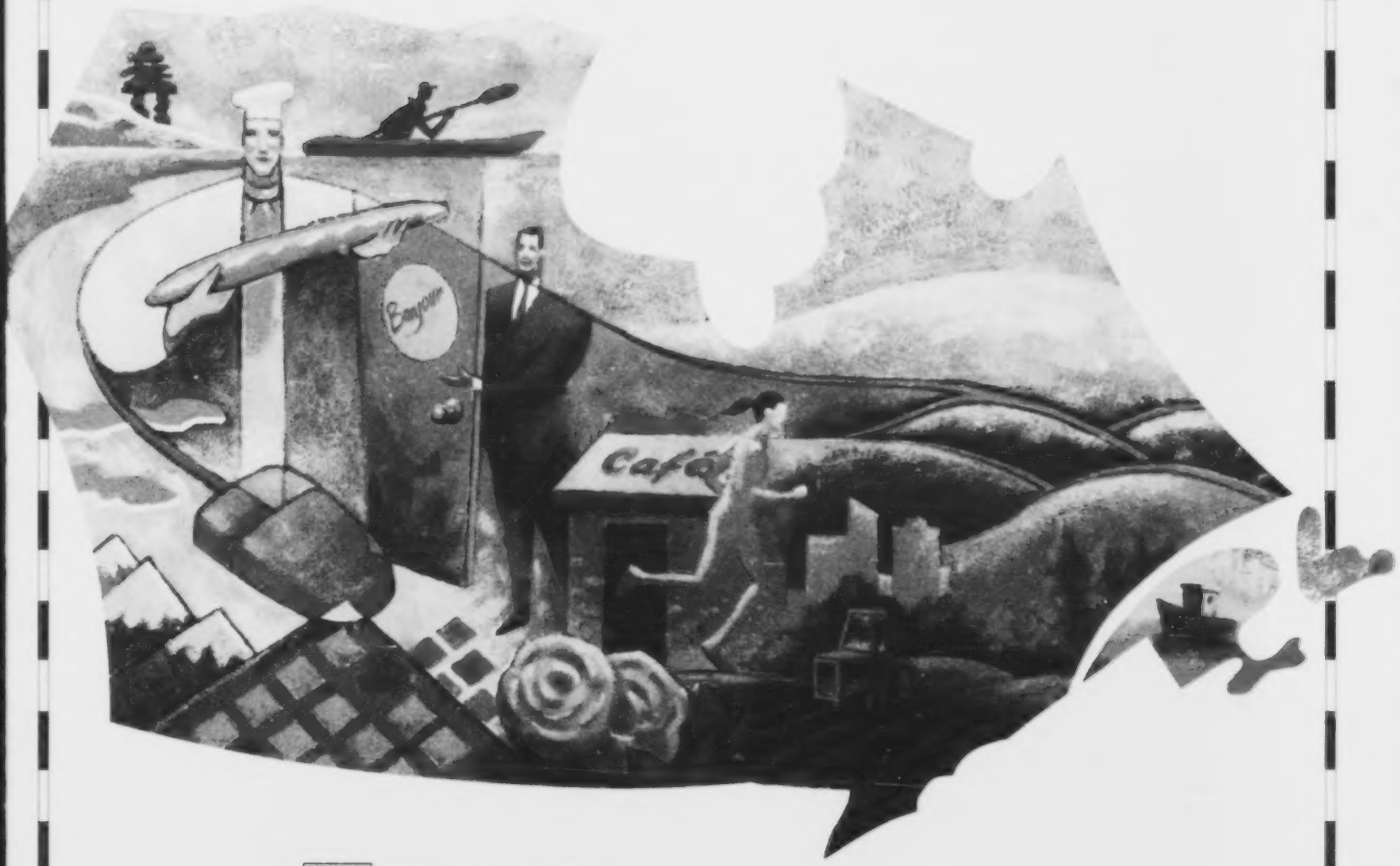
Consolidating the Network

2002–2003 Annual Report



National Committee for
CANADIAN FRANCOPHONIE
Human Resources Development

Canada

Table of Contents

Foreword 1

Message from the Co-Chairs 2

The National Committee and the RDÉEs: A driving force 3

National Accomplishments 3

Provincial and Territorial Accomplishments 6

The National Committee Team 19

Economic Development and Employability Networks (RDÉEs) 20

103-03970/

Foreword

THE NATIONAL COMMITTEE FOR CANADIAN FRANCOPHONIE HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT WAS FORMED IN 1997. SINCE THAT TIME, IT HAS PROGRESSED AND ACCOMPLISHED A GREAT DEAL.

1995

CARHFC Recommendation

The Comité d'adaptation des ressources humaines de la francophonie canadienne, a joint initiative of the Federation of Francophone and Acadian communities of Canada and the Conseil canadien de la coopération recommended, among other points, the creation of a permanent Francophone Committee to support Francophone minority communities in taking charge of their own economic development.

1997

Formation of the National Committee

The Government of Canada, through the Department of Human Resources Development, established the National Committee for Canadian Francophonie Human Resources Development, an equal partnership committee directly inspired by the CARHFC recommendation.

On March 20, 1998, eight other federal departments and agencies joined the National Committee in a Memorandum of Understanding with Francophone and Acadian minority communities in Canada. This was the first such commitment by the Government of Canada.

The Committee's mandate called for it *to provide advice in order to influence the policies, programs and services of the federal signatories to the agreement so that they foster the development and enhanced vitality of French linguistic minority communities in Canada.*

1998

Economic Development and Employability Networks: Concept and Reality

For the purpose of integrating and planning economic development and employability at the provincial or territorial level, Economic Development and Employability Networks (RDÉEs -- *Réseaux de développement économique et d'employabilité*) bring together representatives of the business community and economic development agencies. The RDÉEs translate the Committee's strategic plan into action in the provinces and territories, reflecting local conditions and concerns.

1999

Adoption of a Strategic Plan

The National Committee identified four sectors of strategic importance for development of the Canadian Francophonie as areas of priority action:

- Tourism
- Knowledge-Based Economy
- Rural Development
- Youth in Economic Development

Creation of a Support Fund

The National Committee had a solid strategic plan that needed base funding to be implemented across the country. The Department of Human Resources Development Canada announced the creation of a Support fund to provide $21 million over three years to implement the strategic plans of the National Committee and its Anglophone equivalent in Quebec.

2000

Outstanding Achievement Awards for Small and Medium Size Businesses in the Canadian Francophonie

The National Committee looked for a concrete way to support and encourage Francophone businesses that create jobs and contribute to the economy of their regions. It announced a national competition to showcase outstanding achievement by Francophone businesses in minority communities. The *Lauriers de la PME* awards pay tribute to the leading performers of the Canadian Francophonie in the Committee's four target areas. The awards are presented at a gala in the national capital and are welcomed as a great motivator for businesses and their employees.

2001

Two departments team up

Agriculture and Agri-Food Canada and the Department of Canadian Heritage, federal members of the National Committee, joined to establish the *Agricultural Rural Minority Language Community Planning Initiative*. The program supports development planning by rural and agricultural Francophone minority communities. It is the first inter-departmental action not involving Human Resources Development Canada. The initiative was a great success. The results were positive for the communities and for the departments.

2002

Renewal of the Support Fund

Human Resources Development Canada announced renewal of the Support fund, with a total of $24 million over two years. The fund remains committed to implementing the strategic plans of the National Committee and its Anglophone equivalent in Quebec.

Message from the Co-chairs

Consolidating the network

The fiscal year 2002–2003 marked an important crossroad for the National Committee. It was particularly significant in terms of the work of the Committee, of the solid results in Francophone and Acadian communities and in Canada's economy, as well as for the strong collaboration begun with departments other than Human Resources Development Canada.

After widespread consultation with all partners, particularly the economic development and employability networks (RDEEs), the National Committee approved a second strategic plan, for a five-year period (2002–2007). We also began implementation of the plan and adopted a strategic communications plan for the coming year, which will help us to publicize the partnerships and accomplishments of the network and the tangible benefits for the Canadian economy.

RDEEs in every part of the Canadian Francophonie continued their work of involving minority communities in the provinces and territories, and in some cases, considerably expanded their impact. The RDÉE in Ontario set up three regional branches, and a new group was formed in the Northwest Territories. In all regions, the efforts of these groups resulted in projects that created jobs in their communities.

The Department of Indian and Northern Affairs accepted our invitation to join the National Committee. The addition of this department led to the appointment of a community side representative for communities in Canada's North. In addition, FedNor decided to take a place at the National Committee table as an observer.

The success of the *Agricultural Rural Minority Language Community Planning Initiative* exceeded all expectations. This joint initiative of Agriculture and Agri-Food Canada and the Department of Canadian Heritage's Interdepartmental Partnership for Official Languages Communities gave Francophone and Acadian communities across the country new resources for taking charge of their future. These communities welcomed the program and set to work in earnest. The great success of this effort has given every member of the National Committee and the RDÉEs a sense of having consolidated the foundation established with the Support Fund from Human Resources Development Canada. It has also inspired us with new energy to achieve similar success with other departments so that we can create a permanent development fund for the Canadian Francophonie.

Finally, we have examined the needs of the RDÉE in preparing a skills training plan and support programs and services. We have already begun occupational training and are working to fill other gaps in the coming year. In fact, we have negociated a multiparty agreement with the RDÉEs to ensure the most efficient use of our resources.

So much activity has meant a need to increase the community side secretariat. From now on, we can count on the continuing support of skilled people fully dedicated to forging new strategic alliances, the management of knowledge and organizational training, communication and liaison with RDÉEs, and linking together each of our priority activity sectors: rural development, the knowledge-based economy, tourism and youth in economic development.

During the coming year, we will be working to show the real contribution that our network is making to the Canadian economy. Partnerships, job creation, and regional economic diversification are the results we are aiming for. There is no doubt that these measures are linked to adequate long-term funding for our network and our activities in economic development and employability. In this way, federal departments and agencies with an economic role will be able to enter into viable, well-equipped community partnerships to achieve their mandate and strengthen Canadian society.

We are very proud to invite you to read in the following pages a brief summary of the extraordinary progress we have made together in 2002–2003.

Claire Bélanger-Parker
Co-Chair, Communities

A. Bill Ferguson
Co-Chair, Federal Organizations

The National Committee and the RDÉEs: A driving force

During the fiscal year 2002–2003, the economic development and employability networks (RDÉEs) in the provinces and territories truly confirmed their place in Canada's economy.

Sustained communication between the National Committee and the RDÉEs and between the networks themselves led to a sharing of information, successful approaches and innovative ideas. Our gazel.ca Website played a big role in spreading the news, with an opportunity for everyone to post information, consult documents from other regions and offer comments.

Awareness of our RDÉEs has increased considerably across the country, along with awareness of the projects they have completed and the real benefits that flowed from them, not just into the Francophone population but for the entire Canadian economy.

National Accomplishments

STRATEGIC PLAN AND COMMUNICATIONS

Following consultation with all our partners during the past two years, the National Committee adopted six major strategic directions for the next five years (2002–2007). We are confident that these will lead to sustained development for the Canadian Francophonie:

- Investment in training human resources dedicated to economic development and employability;
- Consolidating present and future resources assigned to our network;
- Consolidating present and future alliances and partnerships to create even more jobs;
- Focusing and maximizing the strength of our cross-Canada Francophone network;
- Recognizing and rewarding excellence and innovation;
- Research into the socio-economic development of the Canadian Francophonie.

At the same time, all the RDÉEs and the National Committee recognize the importance of making everyone else aware of the existence of our national network and the contribution we make to the Canadian economy. We have developed a communications strategy to deliver that message during the coming year.

STRENGTHENING RELATIONS BETWEEN RDÉES AND THE NATIONAL COMMITTEE

After several years of operation, our RDÉEs have demonstrated their value and maturity. As the RDÉEs expanded, it became desirable to clarify the procedures for cooperation between the RDÉEs and the community side of the National Committee to ensure maximum success.

A multiparty Memorandum of Understanding has been negociated with the RDÉEs. The two main objectives of this agreement are: to facilitate implementation of the National Committee strategic plan and consolidate the national network for economic development and employability.

STUDY OF NEEDS AND TRAINING

Given the growth of our network and considerable increase in the number of requests to the community side secretariat, the National Committee made a systematic study of the needs of our network. The study allowed us to draw up a profile of the skills of the people working in our network and to identify necessary support services. The National Committee will use the results of the study to introduce a series of tools and operating procedures that will optimize the work of the RDÉEs across Canada.

During the past year, we developed a skills training program and a knowledge management strategy for members of the network. Our goal is to, on one hand, increase community ability in terms of economic development and employability, and at the same time, promote continuous learning and knowledge sharing by means of monitoring and sharing information with the help of technology. The first professional training session on community economic development was offered in March 2003.

A PERMANENT FUND

Considering the progress made since 1997 and the benefits to the Canadian economy, the National Committee believes that, in addition to the current base funding from Human Resources Development Canada, it is time to create a permanent fund devoted to the development of the Canadian Francophonie. Accordingly, the National Committee has devoted a great deal of effort to attracting additional financial participation by departments and agencies on the federal side.

In the past year, we commissioned a study showing the links between the needs of the Francophone and Acadian communities and the priorities of the federal government. The study identified some 10 areas that overlap existing federal government programs and the four activity sectors adopted by the National Committee and the RDÉEs:

RURAL DEVELOPMENT

- Teleworking has been successful in Europe, the United States and Australia in stimulating rural economies and offering employment opportunities for the local workforce.
- Establishing better links between rural and urban communities is seen as an essential step for sustained development of the labour market and economic activity.

KNOWLEDGE-BASED ECONOMY

- Promoting the creation of a broadband communications infrastructure and applications development is vital. Nearly everywhere in the world, there is agreement that this is an increasingly essential tool for community development, both in terms of the economy and skills development.
- Focusing small business on electronic business. Despite many ".com" business collapses, the use of electronic business techniques can increase productivity, innovation, profitability, and human potential and improve access to markets. Electronic business involves the whole operating process, from product conception, management of the supply chain, inventory management and control, to financial management, customer relations and the sales and marketing functions.
- E-commerce, or selling on the Internet, can be a way for existing businesses to reach new markets, and a way for new companies to establish a market.
- Access to risk capital is a continuing need. Existing and new businesses will need risk capital to grow and innovate.

YOUTH IN ECONOMIC DEVELOPMENT

- Young entrepreneurs are playing an increasingly significant role, all over the world, as worthy agents of economic development and employability, in both rural and urban areas.
- Numerous studies have shown that mentoring for young entrepreneurs is crucial to their success.

TOURISM

- The development of tourism portals, one of the tools now used by professionals in the field to support their activities, includes the evaluation of tourist attractions, support for research, statistics, marketing support and knowledge sharing, and professional development training.
- Cooperative community tourism marketing is a way for small communities, that don't always have the resources to promote tourism at the local level, to reach even to the regional, national or international level.

LOCAL DEVELOPMENT PLANS

This is another great success story. The *Agricultural Rural Minority Language Community Planning Initiative* has become a solid resource for RDEEs.

This initiative was launched in 2001 by Agriculture and Agri-Food Canada and the Department of Canadian Heritage's Interdepartmental Partnership for Official Languages Communities (IPOLC), with the specific goal of helping Francophone and Acadian communities outside Quebec and Anglophones in Quebec to prepare long-term development plans. The plans bring together many partners to develop regional assets by targeting business opportunities and balancing economic, social and environmental objectives.

This is a $2 million program, with $1.7 million allotted to the Canadian Francophonie. Some 40 requests for funding were submitted by Francophone and Acadian communities. These well conceived proposals absorbed nearly all of the initiative's available funds. Having access to a specific program was an essential factor in binding community members in serious, collective planning effort. Each of the projects obtained partners for amounts at least equal to funding provided by the initiative.

CROSS-CANADA FRANCOPHONE TOURISM CORRIDOR

During the past year, the Committee established a working group to advance the concept of a Cross-Canada Francophone Tourism Corridor. Representatives of the Canadian Tourism Commission, the Department of Canadian Heritage, community representatives and tourism experts from provincial governments are participating in this proposal.

The role of the working group is to advise the National Committee on the development of a strategy that will include:

- Advice and expertise on implementing a francophone tourism portal;
- Promotion of this portal and existing activities;
- Facilitation of developing partnerships and alliances with other Canadian tourism locations;
- Facilitation of developing a partnership with the Canadian Tourism Commission.

The co-chair, Communities, of the National Committee presented the concept to francophone affairs government representatives for each province and territory and asked for their support. Full participation of the provinces and territories is essential to promotion of the tourism corridor sections within their jurisdictions.

LAURIERS DE LA PME SECOND EDITION

In view of the many community spin-offs from the *Lauriers de la PME 2001*, the National Committee had no hesitation in officially launching a second edition of this competition in the Fall of 2002.

As the winners of the *Lauriers de la PME 2001* emphasized, simply participating in this national competition has important benefits for a business. The preparation of a nomination serves to take stock and round up the team's strengths. Actually winning a prize confirms the firm's prominence for its customers and suppliers. The competition has also been known to revitalize some companies that have been in business for many years. Finally, the competition may also be a signal to those who are thinking of going into business that it is possible to do so in French and to succeed anywhere in Canada.

Launching of the second *Lauriers de la PME*, with unanimous approval of all partners, took place September 18, 2002, and the awards gala was set for March 22, 2003 at the Château Laurier in Ottawa. All federal departments belonging to the National Committee, and a number of private sector businesses have contributed, financially or in services, to the organization of the competition.

Provincial and Territorial Accomplishments

British Columbia

Provincial Government Relations

During the past year, the British Columbia RDEE has established excellent relations with the provincial government. The appointment of a new Director of the Canada-British Columbia framework agreement on official languages, and the firm support of the provincial member responsible for official languages, have strengthened these ties.

Youth Business Awareness

The British Columbia RDEE believes very strongly in creating opportunities for young people to meet with business people and to discuss economic questions and the skills needed for the labour market.

As a matter of policy, 15 places have been reserved free of charge for young people between the ages of 17 and 19 at the Regroupement des gens d'affaires du Grand Vancouver conferences. In 2002-2003, these decision makers of tomorrow were able to take part in a dinner conference featuring the President of the Business Development Bank of Canada, Michel Vennat. The evening was organized by the Chambre de commerce franco-columbienne.

KEY PARTNERS

- Regroupement des gens d'affaires du Grand Vancouver
- Western Economic Diversification Canada
- Canadian Club of Vancouver
- Chambre de commerce française de Vancouver
- Alliance française de Vancouver

Tourism Promotion, New Technologies and Young People

The RDEE has continued tourism promotion efforts using new technologies. This year, it called on young people for help in creating its second CD-ROM, *La Colombie-Britannique sur mesure* (British Columbia made to measure), a highly visual and interactive trip-planning tool. Some of the interactive features of the CD were added to our Website www.tourisme-cb.com.

Production of the CD-ROM was the crowning achievement of a multimedia apprenticeship for young people. They followed a month-long training program before concentrating on specific areas of research and writing, video production, programming, and graphics to complete the project.

La Colombie-Britannique sur mesure allows a user to plan an itinerary for a visit to British Columbia. Depending on the entry and exit point to the province, the length of the trip, and any specific locations, the software offers a list of routes, and presents video highlights of tourist attractions along the route. The new CD package features 360 attractions, compared to 24 on the first edition. It is also possible to print data sheets with maps, mileage, and descriptions of the sights.

In addition to promoting Francophone businesses in the tourism sector, the new CD also served to develop a Francophone expertise in new technology. This was an enriching accomplishment, for the young people who acquired valuable knowledge and experience, also for the RDEE and Francophone businesses who can now look to a core of Francophone specialists in new technology.

KEY PARTNERS

- Western Economic Diversification Canada
- Canadian Tourism Commission
- Parks Canada
- BC Tourism
- Corridor touristique francophone de l'Ouest

Alberta

Multiparty Advertising Campaign

The Alberta RDÉE developed an advertising campaign featuring Francophone sites and services offered in French in order to promote Alberta as a tourist destination in French and Quebec markets.

The financial participation of several companies and government agencies made possible the production of a full range of tourism promotion tools: a guide, a commercial booklet, radio commercials, and advertising in newspapers and specialized magazines. The campaign, *L'autre belle province*, also involved participation at tourism shows in Quebec, and in France, and educational visits for journalists and specialists in the tourism sector.

The results far exceeded expectations. For example, in Quebec, awareness of Alberta as a tourist destination jumped from 2% in 2001, to 18% in 2002. As a result of this campaign, La Chambre économique de l'Alberta (CÉA), the prime mover behind the project and delegated organization of the Alberta RDÉE, was chosen as a finalist for the Travel Alberta Grand Prix of Tourism in the innovative marketing category. This recognition no doubt played a key role in the invitation for CÉA to join the Alberta Department of Economic Development's Strategic Tourism Marketing Committee.

The campaign went a long way to significantly increasing provincial awareness of the Francophone community in Alberta.

KEY PARTNERS

- Canadian Tourism Commission
- Franco-Albertan businesses
- Government of Quebec
- Western Economic Diversification Canada

Creation of a Francophone Complex and Theme Park

At Bonnyville, in northeastern Alberta, the RDÉE teamed up with a group of business people to develop an impressive site belonging to Esso Petroleum.

The committee in charge of the project chose to emphasize the Francophonie and its human and economic potential. The objective was to create a Francophone thematic space, for business and recreation. The RDÉE was responsible for the theme. All signage for the park is based on the fleur de lys (la Francophonie) and the wild rose (Alberta), and all services are offered in both official languages. The first phase of the project involves development of recreational and tourist spaces. The second phase will include construction of a business centre that will be home to bilingual companies.

This project succeeded in mobilizing the Francophone business community in Bonnyville and created a number of jobs in a rural area where they were badly needed.

KEY PARTNERS

- Western Economic Diversification Canada
- Lakeland Sports and Recreation Centre
- Some 20 local businesses
- Esso Imperial

Saskatchewan

Bonjour Bistro

The Saskatchewan RDÉE has been actively working to integrate young people into the economic development process. The RDÉE has developed strong links through regular cooperation with the Division scolaire francophone.

A school canteen program that leads young people to set up and operate a canteen in their school was set up by the RDÉE. This program is a practical exercise within the scope of a course on business entrepreneurship and a concrete method for developing desirable skills for the labour market.

Left to right: Chantal Bouche, Lindsay Seeton and Sandy Walansky organized their entrepreneurial horizons during the summer 2002 opening and operating a bistro in Bellegarde.

During the year 2002–2003, three young women who had worked in the school canteen program expanded their entrepreneurial horizons by spending the summer opening and operating a Belgian bistro in Bellegarde. This Francophone community, of majority Belgian descent, had two objectives: attract young people to the community centre, and give the community a symbol of its Belgian roots. After their success in the school canteen, the girls did not take long to develop the idea of a bistro. Through the Conseil de coopération de la Saskatchewan, the RDÉE offered complete support to the three young women throughout the process of conception, establishment and operation of the bistro. For its part, the community regularly patronized the bistro, which became a gathering place for young people all through the summer.

KEY PARTNERS

- Human Resources Development Canada
- Western Economic Diversification Canada
- Association Francophone de Bellegarde

Sokrate.ca

The Saskatchewan RDÉE was also active in the knowledge-based economy. During the past year, the RDÉE launched a mentoring program making use of the Internet.

Sokrate.ca is a Website that responds to the needs of a diverse clientele living in Francophone minority areas. Thanks to this project, young people thinking of their future can make contact, in French, with adults working in areas of interest to the young people. As well, aspiring entrepreneurs have the chance to ask questions of experienced business people in related fields.

Sokrate.ca has hyperlinks to a broad range of resources. It also has individual e-mail boxes for all those who register. This written and electronic communication allows young people

and their mentors to ask questions or respond to them at the most convenient time. The correspondence can also be saved for later reference. The system also helps reduce the nervousness that beginners may feel when dealing with experts, and thus makes it easier to encourage thinking and questioning about the world of work.

KEY PARTNERS

- Human Resources Development Canada
- Western Economic Diversification Canada
- Société unique Fransaskoise
- Service Fransaskois de formation des adultes
- Division scolaire francophone 310
- Division scolaire Fransaskoise

Manitoba

Manitoba Young Business

Manitoba Young Business is a program that offers training in business operation to students in Manitoba schools from grade five to the fourth year of secondary school. During its three first years, from 1998 to 2000, 1,950 programs were offered in English schools and three programs were offered in French schools. Last year, thanks to the intervention of the Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba (CDEM), which incorporates the Manitoba RDEE, there were 25 programs in French schools.

This considerable increase means that more young Franco-Manitobans are being introduced to the business world. The increased demand also led to the prompt hiring of a full-time Francophone resource person, who will provide training to the young people and promote the program in schools and in the private sector.

KEY PARTNERS

- Division scolaire franco-manitobaine
- Provincial Youth Council
- Manitoba Young Business

Discover Manitoba

The Manitoba RDEE accomplished a significant first during the past year: focusing attention on Manitoba's Francophone tourist attractions at the annual tourism salon in Winnipeg's Convention Centre.

The theme of this year's tourism salon was *Discover Manitoba: Get outta town*, a message that fit perfectly with the goal of creating awareness among Winnipeg's 700,000 residents of the tourist attractions in the province's bilingual communities. The Manitoba RDEE brought together 24 businesses and community organizations under the banner of *Joie de vivre*. Ten booths formed a main street in the Convention Centre where visitors could literally feel and taste the Franco-Manitoba *joie de vivre*.

The Franco-Manitoba main street showcased different tourist attractions of Manitoba's bilingual communities, with the spotlight on music and traditional foods. Businesses and organizations worked together in joint promotion, a rare experience for people who normally are in competition, and the result was a new sense of togetherness. The CDEM also distributed newly published, self-guided theme tour booklets.

This initiative was a big step forward into the English-speaking market and very likely increased traffic for Franco-Manitoban businesses and contributed to job creation.

KEY PARTNERS

- 12 Manitoba bilingual municipalities
- Manitoba Department of Culture, Heritage and Tourism
- Manitoba Regional Tourism Association
- North Central Development
- Where Stat — Community Futures Development Corporation
- South Western Trails Association for Regional Tourism

High Speed Internet

The CDEM also made a significant effort to ensure access to high-speed Internet service for bilingual communities. In January 2003, these efforts met with success when several businesses and organizations belonging to the Société de développement communautaire de Montcalm obtained a high-speed connection, using wireless technology.

The high-speed connection greatly improves use of the new information and communication technologies in the work place. For example, businesses in the region are now able to immediately download important documents, to send large files by e-mail with a keystroke, and to deal more efficiently with customers and suppliers. Communication with international markets is also readily available.

CDEM continues to work to connect other bilingual communities in Manitoba, because this new technology helps overcome some of the employment problems in rural areas.

KEY PARTNERS

- Human Resources Development Canada
- Canada Access Montcalm Access
- Société de développement communautaire de Montcalm

Ontario

CENTRAL SOUTHWEST

New green technology centre

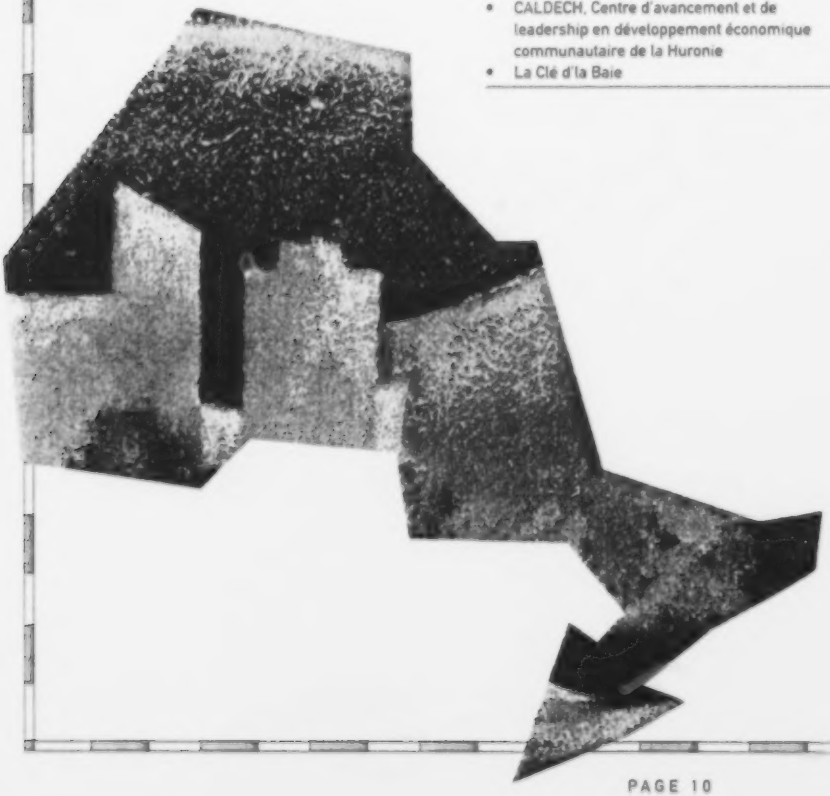
Green technologies are modern technologies that reduce or eliminate damaging effects on the environment. Their production techniques are used in a variety of sectors, including agriculture, transportation, construction, clothing, cleaning products, health and beauty products, among others. The expression "green technology" also deals with the idea of transmitting values, especially to young people.

The new green technology centre project wants to create conditions in which Francophone communities in central southwest Ontario can become part of this sector. The goal is to develop community skills and abilities in the fields of science, ecology and the environment. The centre will be located in the Huron region, where there is a large workforce that is needed for management of the centre, with landscapes appropriate for studying science, ecology and the environment, along with tourist attractions that will appeal to families, young people, groups and schools. The centre will serve the needs and initiatives of Francophone communities in the whole central southwest region.

During 2002–2003, the central southwest RDÉE continued to advance this project. Two partners helped conduct a feasibility study and prepare a business plan.

KEY PARTNERS

- CALDECH, Centre d'avancement et de leadership en développement économique communautaire de la Huronie
- La Clé d'la Baie



NORTHERN ONTARIO

Destination North

The Northern region of the Ontario RDÉE has worked closely with Destination Nord, a not-for-profit organization that brings together Francophone tourism development projects in Northern Ontario. Through this cooperation, Destination Nord was able to gain the support of an impressive number of businesses and municipalities in advancing several projects during 2002–2003.

Destination Nord established a partnership with the first female team ever to participate in Raid International Harricana 2003, a speed and endurance race for skidoo drivers. As a prelude to this large-scale event, the team trained in Northern Ontario. Destination Nord organized the training tour, promoting Francophone communities in the area at the same time.

Destination Nord also published a tourist guide in French, with tables showing the level of service in French offered in each establishment. A partnership with a McDonald's

franchisee opened the door to distribution of the guide in his restaurants in Northern Ontario. English-speaking businesses unanimously welcomed the guide. Some asked that their listing be revised when they hired Francophone employees or added a bilingual publication to their promotional packages. Some businesses asked Destination Nord to organize oral French workshops specially designed for businesses in the tourist trade. That proposal will probably be acted on in the coming year.

Another success was the *Bonjour* campaign, which features display signs so that businesses and municipalities who offer services in French can advertise that service.

KEY PARTNERS

- Human Resources Development Canada
- 23 Francophone municipalities in Northern Ontario
- 250 Francophone businesses in Northern Ontario

EASTERN ONTARIO

Francoscénie

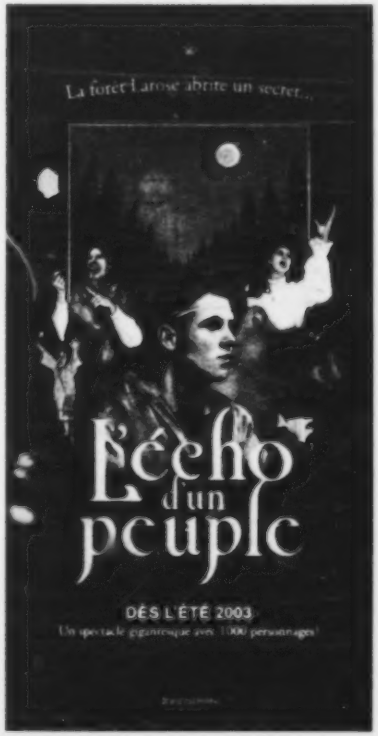
The Eastern region of the Ontario RDÉE worked very closely with Francoscénie Inc., a not-for-profit organization designed to create, with other partners, a large-scale entertainment called, *L'écho d'un peuple*. (Echoes of a People). Each summer, the entertainment will tell the story of nearly a thousand people who influenced the future of Francophones in America, from Acadie to the Rocky Mountains, and as far as Louisiana.

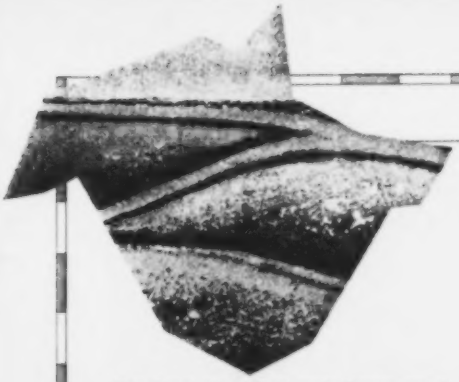
This project boasts an unprecedented level of community participation. With a cast of professional artists and a large number of volunteers, *L'écho d'un peuple* will appeal to a local and regional market, and countless tourists who visit the National Capital area. The multimedia production will unfold in the largest grown forest in America, the Larose Forest, some 50 kilometres east of Ottawa, on the way to Montreal.

With seating for 2,500 spectators at each performance, *L'écho d'un peuple* will boost economic growth in the Prescott-Russell area, creating new jobs and raising pride in Franco-Ontarians.

KEY PARTNERS

- Francoscénie Inc.
- Human Resources Development Canada
- Department of Canadian Heritage
- United Counties of Prescott-Russell
- Local municipalities
- Local businesses and organizations





New Brunswick

The Start of an Electronic Turnaround

The New Brunswick RDÉE team is now located in the Paquetville Centre du Savoir. The construction of a new building and bringing several regional organizations together under its roof have had remarkable spin-offs that some would even classify as an economic boom. Certainly, the results of the initiative are significant for the town of Paquetville. So far, 48 jobs have been created in a village of 600 people. A laundry that had closed its doors has reopened, and a new service station joined to a Tim Horton's restaurant is under construction.

The role of the New Brunswick RDÉE in the new Centre du Savoir is emphasized in supporting electronic business. Staff members are working to increase the number of Francophone businesses who use information and communications technologies (ICTs) on a daily basis. Five RDÉE employees prepared an inventory of federal and provincial government programs for business. Using an ICT users profile that was compiled the year before with the Atlantic Canada Opportunities Agency, they have begun to visit all the Francophone businesses in the region to make them aware of e-business opportunities. The awareness program has three components:

1. Demystifying technology and e-business for operators who have little or no computer knowledge;
2. Pointing out e-commerce opportunities to those who are already computerized;
3. Demonstrate the value of information and communications technologies (ICT) to manage business growth and exports.

Other regions of New Brunswick have shown interest in applying these methods in their area, building on the best solutions.

The RDÉE team has moved to Paquetville. Left to right: Sylvie Robichaud, secretary/receptionist; Johanne Lévesque, rural development coordinator; Thérèse Brideau, tourism coordinator; Nancy Rousselle, youth enterprise coordinator; Éric Robichaud, knowledge-based economy coordinator.

KEY PARTNERS

- Collectivité ingénieuse de la Péninsule acadienne (CIPA)
- Industry Canada
- New Brunswick Regional Development Corporation

Mobilizing the Tourism Accommodation Sector

The New Brunswick RDÉE works closely with the Association touristique de la Péninsule acadienne. The RDÉE brought together businesses in the tourism accommodation sector to examine the results of the past tourist season and the challenges for the future, notably a workforce skills development plan.

It was during those group meetings that the idea arose for a cooperative promotion campaign in Ontario. As one operator said, by himself, he could only afford a small advertisement buried in an excellent Franco-Ontarian publication. On the other hand, a group of operators, working together, could achieve a much higher visibility.

The operators participating, with the help of staff of the Association touristique and the RDÉE, immediately worked out a plan dealing with the major tourist attractions of the region, such as the historic Acadian village, and largest accommodation services, such as the Complexe les deux rivières, as well as the small hotels and guest houses.

With the support of the RDÉE and pooling the resources of the area, the tourism accommodation operators of the Acadian peninsula were able to advertise in the two centre pages of a Toronto yearbook of Francophone resources. The publication, which has been distributed for 15 years, reaches an audience of 100,000 Francophones in Ontario. While the results of the advertising won't be known until next winter, it's perfectly clear already that these operators are moving closer together and have strengthened the sense of belonging to an Acadian business community. The effort of the accommodation sector was promptly repeated with restaurant operators and is being extended, little by little, into other sectors.

KEY PARTNERS

- Association touristique de la Péninsule acadienne
- Business operators of the Acadian peninsula

Nova Scotia

Joint Committee on Acadian tourism

For many years the Acadian community of Nova Scotia has sought to coordinate the efforts of many participants to exploit the full human and economic potential of Acadian tourism. Celebration of the 400th anniversary of Acadia gave new urgency to the need for common leadership of the many activities of the Acadian and Anglophone communities.

In July 2002, the Nova Scotia RDÉE and two other Acadian organizations met with the provincial ministers of Tourism and Acadian Affairs and officers of their departments. It was the first step in a process of developing a strategic plan for Acadian tourism. In December, the provincial government accepted a proposal to form a joint committee with the Acadian community. The committee is made up of the three organizations that began the project, while the provincial government is represented by a member of the Tourism Partnership Council, and the special adviser on Acadian affairs.

The joint committee will develop a strategic plan on Acadian tourism that will form part of the provincial plan for tourism in Nova Scotia. The committee held a series of round table meetings in all regions of the province in February and March 2003. This very inclusive initiative was aimed at identifying Acadian tourism products. It was also a forum for an exchange of views on celebrating the 400th anniversary of Acadia.

This identification process will continue in 2003 and a final plan will be launched in the Fall at the same time as the provincial government's annual tourism plan.

KEY PARTNERS

- Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse
- Congrès mondial acadien 2004
- Nova Scotia Office of Acadian Affairs
- Nova Scotia Department of Tourism

Mouse Island Marine Centre

Plans to build a centre for the manufacture, repair and storage of large boats grew out of a strategic plan developed by the community of Isle Madame in 2001. This creative partnership between private enterprise and community organizations was greatly assisted during 2002–2003, by the Nova Scotia RDÉE.

Entreprises Samson Ltd., a manufacturer of fiberglass boats of 55 feet and over, was looking to expand its facilities at a location closer to the coast. Le Centre LA PICASSE was trying to develop a former deep-sea fish processing plant. The two organizations decided to form a team. The community made a commitment to buy a crane of a capacity never seen in Nova Scotia, and to develop the land and infrastructure, while Entreprises Samson Ltd. built a factory and offices.

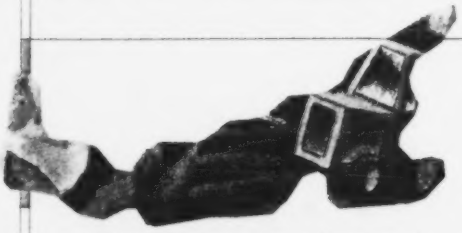
Since the opening of the Mouse Island Marine Centre in November 2002, 18 jobs have been created by Entreprises Samson Ltd. Orders continue to build up, and as many as 50 jobs are expected to be created within three years. The community and the business owner jointly manage the site, and profits from the initiative will be used to fund other job creation projects in the community.

KEY PARTNERS

- Entreprises Samson Ltd.
- Enterprise Cape Breton Corporation
- Centre LA PICASSE
- Human Resources Development Canada
- Fond de développement économique communautaire de la Caisse populaire St-Joseph

The Isle à Souris Marine Centre is the only one in Nova Scotia with a crane capable of raising and lowering a boat weighing 150 tonnes and measuring 105 feet long.

Prince Edward Island



Acadian and Francophone Chamber of Commerce

During the past fiscal year, the Prince Edward Island RDÉE and the Acadian business community combined efforts to create the Chambre de commerce acadienne et francophone de l'Île-du-Prince-Édouard (CCAFLIPE). The aim of the new group is to unite Acadian human resources of the island to promote this human capital and to involve the network of French-speaking entrepreneurs into socio-economic initiatives within the province and beyond. The new chamber is expected to join the RDÉE 's advisory council in the near future.

The Chamber has formed a partnership with the Summerside Chamber of Commerce in order to benefit from the expertise of this well-established organization, while offering the English-speaking Chamber the opportunity to broaden its member base.

CCAFLIPE acts as a catalyst in the Acadian business community. It is a vehicle for promotion of the interest of French-speaking business people on the Island that seeks not only to maintain, but to improve, socio-economic conditions in the community. In its first month of existence, CCAFLIPE numbered 25 members, and offered a program that includes monthly lunch conferences.

KEY PARTNERS

- Acadian and Francophone businesses of PEI
- Summerside Chamber of Commerce
- Conseil de promotion économique de la Région Évangéline

Rear (Left to right) Jeannette Arsenault, Acadian entrepreneur and former President, Summerside Chamber of Commerce, Giselle Bernard, rural development officer, P.E.I. RDÉE. Front : (Left to right) Blair Campbell, representing the City of Summerside, and Léopold Arsenault, Acadian entrepreneur and President of the Chambre de commerce acadienne de l'Î.-P.-É.

Farmers Market

The Island RDÉE gave important logistic support to growers, artists and artisans of the Evangeline region in organizing a weekly farmers market throughout the summer.

The RDÉE first created an advisory committee to study in depth a suggestion from an organic vegetable grower. All interested parties were able to come together. Some entrepreneurs who had previously sold produce in a similar setting were able to offer valuable advice based on experience. Next, the RDÉE obtained support from the provincial departments of Tourism and Community Development.

The farmers' market proved successful for all partners. The growers, artists and artisans found an outlet for sale of their products without the obligation to provide something for sale every week. A core of growers and businesses were at the market on a regular basis while periodic attendance by others assured novelty and variety for visitors. Residents of nearby areas enjoyed access to fresh produce, and in doing so, many explored other local merchants on the routes to and from the farmers' market. The exhibition centre added a social aspect to its commercial side and its regular activities added new customers for the growers.

In total, some 20 vendors took part in the program and each Saturday more than 200 visitors passed through the doors of the farmers' market.

KEY PARTNERS

- Association touristique Évangéline
- Centre Expo-Festival
- Provincial department of Tourism
- Provincial department of Community Development
- Centre scolaire-communautaire Évangéline

Newfoundland and Labrador

Welcome to the Liner *Le Levant*

The Newfoundland and Labrador RDÉE and the community of the Port-au-Port peninsula created and tested a turnkey tourist circuit for French tourists travelling aboard the liner *Le Levant*.

Even before the arrival of the first visitors, the many participants in the project knew it would be a success. The result far surpassed their hopes. The returns on a single day were double the government's financial investment. The director of the cruise ship and passengers were so warmly welcomed that *Le Levant* made two more visits during the summer.

Artisans, musicians, dancers and businesses all profited from tourist purchases. The success of the initiative resulted in extensive media coverage that helped spread awareness of the *savoir-faire* of Newfoundland and Labrador's Francophones and their contribution to the local economy.

KEY PARTNERS

- Human Resources Development Canada
- Town of Stephenville
- Festival Coast Tourism Association
- Port au Port Economic Development Association (PAREDA)
- Association régionale de la Côte-Ouest (ARCO)
- Local Francophone entrepreneurs
- Harbour Authority

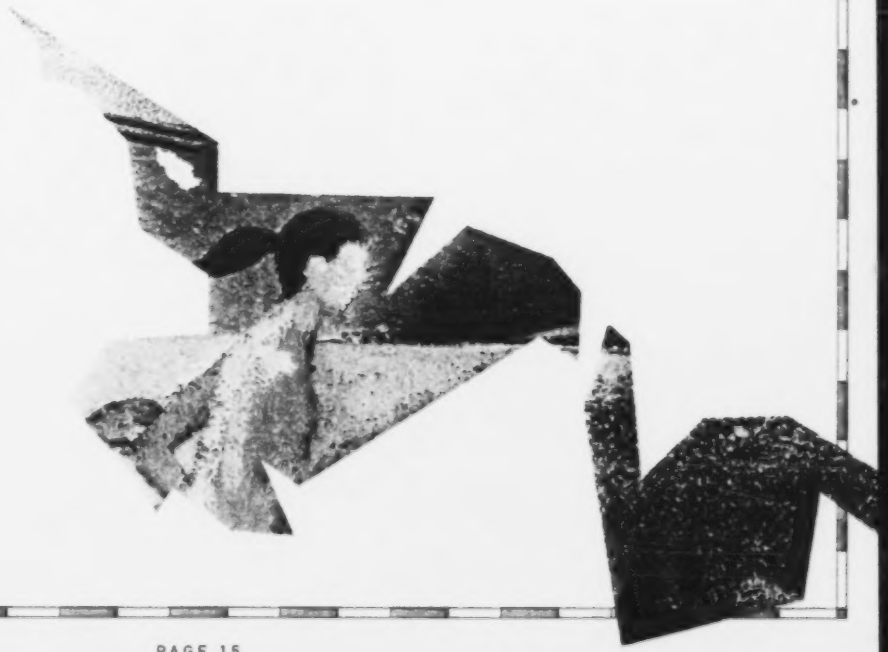
Francophones and Business: *Getting the message out*

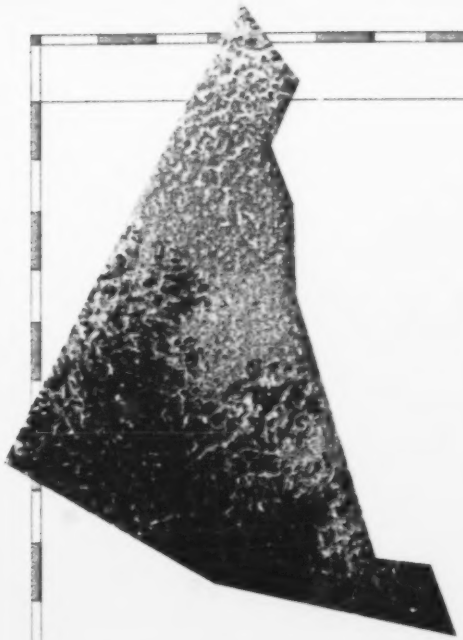
About 10 years ago, the Government of Newfoundland and Labrador, in collaboration with the Government of Canada, launched a communications and marketing program called *Getting the message out*. The objective was to spread the good news of the local economy and the business sector to counter unemployment and the exodus of young people. The program aims primarily to reach young people, using a variety of tools, including multimedia presentations and business trade shows.

In 2002, the Newfoundland and Labrador RDÉE teamed up with the provincial government's French services office and its program coordinator to extend the reach into Francophone communities. « Qu'on se le dise! » is getting the message out to young Francophones, from 18 to 30, about the success of French-speaking businesses. The program reinforces positive attitudes about the abilities of companies and business people in the province. The messages are simple: first, it is possible to succeed in Newfoundland and Labrador. All it takes is a good dose of realism, solidarity and a willingness to learn. Second, we all have a role to play in Francophone economic development: all of us together.

KEY PARTNERS

- Provincial department of Industry, Trade and Rural Development
- Provincial government Office of French Services
- Industry Canada
- Provincial Francophone and Anglophone businesses
- Learning Institutions
- Franco-Jeunes de Terre-Neuve et du Labrador
- Other youth associations





Yukon

A Tourist Guide: Printed and Virtual

The Yukon RDÉE this year published the first ever French tourist guide on the Yukon. Tourism is a major economic activity in the territory, which, on average, welcomes 10 tourists for every Yukon resident each year.

There had been, long ago, a French version of a guide describing the Yukon as a destination; but it contained no information about tourism businesses, and even less about businesses offering products and services in French.

The idea of publishing a guide in French was well received by the Yukon government, which saw this as a chance to attract the European market. The Yukon RDÉE is very proud of this accomplishment, which recognizes the ability of Francophone Yukoners and strengthens a partnership with the Territory.

The guide is also published on the Internet, with added features that allow Web surfers to see the Yukon landscape and plan an itinerary.

KEY PARTNERS

- Yukon Department of Business, Tourism and Culture
- Yukon Office of French Services

Bonjour!

More than a hundred business places in the Yukon offer service in French. However, visitors to the Territory, newcomers to the Yukon and even Franco-Yukoners don't necessarily know which ones they are.

That's why the Yukon RDÉE designed an adhesive decal logo. Placed on windows and counters, the decal identifies those businesses where a customer can walk in and say, "*Bonjour!*" The decal gives higher visibility to Francophone and Franco-welcoming businesses. It is a simple, effective symbol for attracting visitors. The *Bonjour!* decal has been well received and has left many positive results for the people and business operators in the Yukon.

KEY PARTNER

- Yukon Office of French Services

Northwest territories

Creating an Economic Organization

After a careful study of our needs and having drawn up a three-year plan called *Bâtir un pays* (Building a country), in the Fall of 2002, the territorial Francophone community established the Conseil de développement économique des Territoires du Nord-Ouest (CDÉTNO). This organization devoted to economic development and employability will soon act as RDÉE in the Territory, taking over that role from the Fédération Franco-TéNOise.

After setting up the office, Council staff toured four Northwest Territories communities — Fort Smith, Hay River, Inuvik and Yellowknife — to promote the CDÉTNO. The purpose of the tour carried out in November and December 2002 was to introduce the Council, its services, as well as its staff, and begin recruiting members.

A New Tourism Package

Thanks to the NWT RDÉE, a young Inuvik entrepreneur, Marie-Anik Élie, a *musher* or dogsled driver, was able to assemble a superb Montreal-Yellowknife-Inuvik-Montreal tourist package composed exclusively of Francophone operators. The RDÉE arranged for Marie-Anik to attend the *Mondial de l'entrepreneuriat* in Ottawa, where she was able to market her new travel package.

KEY PARTNERS

- Franco-Territorial businesses

Marie-Anik Élie

Business Start-up Support

The NWT RDÉE played a key role in the opening of Pascal's Boulangerie française, a true French bakery operated by two young entrepreneurs from the Burgundy region of France. The two graduates of the Institut National de la Boulangerie-Pâtisserie of Rouyn in Normandy set their sights on Canada's North because of the region's strong economy and its quality of life.

RDÉE staff helped them to find funding for their venture and in creating bilingual promotional material. They also advised the two young bakers in terms of pricing and management policies.

A great deal of work helped these young entrepreneurs to accomplish their dream, in French, and to offer bilingual services in Yellowknife.

KEY PARTNER

- Business Development Bank of Canada

A proud Pascal Bonnin at the official opening of Pascal's Boulangerie française.

Nunavut

Destination Nunavut

The Nunavut RDÉE has been extremely busy in the tourism industry. Among its accomplishments were the design of a tourist guide, printed and virtual, called *Destination Nunavut*.

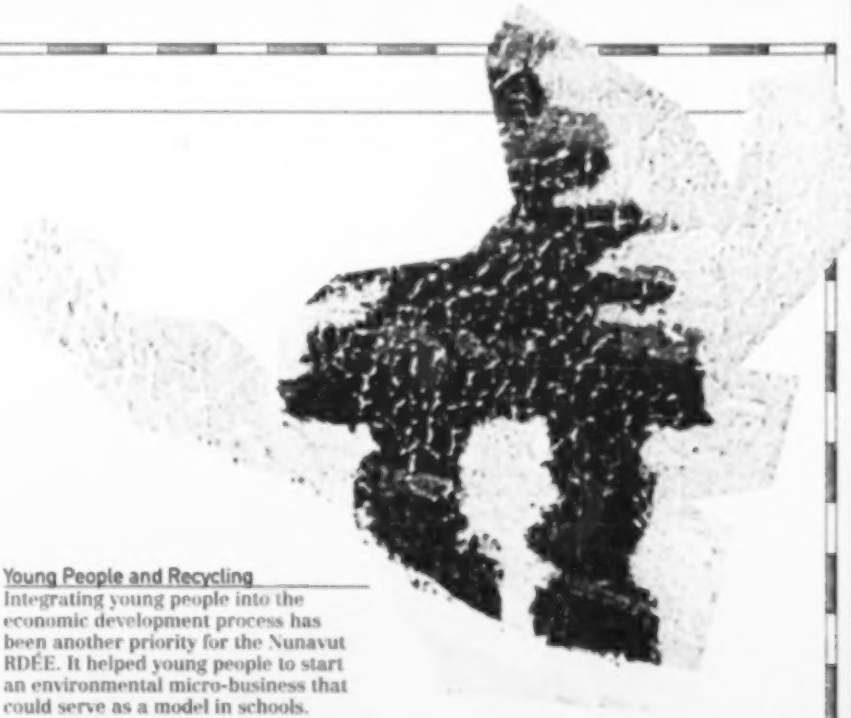
Some 10,000 copies of the guide were printed, of which 1,000 were sent to Europe for distribution through the agency Grand Nord Grand Large in Paris. The French population is very fond of the vast expanses of Canada's great white North. All outfitters and tourist operators in Nunavut also received copies and Nunavut Tourism distributes the guide to people seeking information in French.

The virtual guide is available on the Internet at www.destinationnunavut.com. The Website offers information in more detail. There are two main sections to the Website. The first deals with tourist information, the second is more general and includes information on flora and fauna, and statistics on population and the climate.

The Nunavut RDÉE is now reviewing user comments in preparation for a second, improved edition of the guide.

KEY PARTNERS

- Human Resources Development Canada
- Franco-Nunavut entrepreneurs
- Nunavut Tourism



Young People and Recycling

Integrating young people into the economic development process has been another priority for the Nunavut RDÉE. It helped young people to start an environmental micro-business that could serve as a model in schools.

The business recycles paper from government departments to produce greeting cards that are sold in Iqaluit stores. The project created awareness in the community, in schools and among young people about business start-up, about labour market skills and about recycling. The young entrepreneurs were also introduced to new information technologies.

KEY PARTNERS

- Iqaluit Recycling Corporation
- Association des francophones du Nunavut
- Human Resources Development Canada

Multi-Year Strategic Planning

The Nunavut RDÉE developed its strategic plan during the past year. After consultation with Francophone and Franco-welcoming business operators, it developed a five-year plan.

The National Committee Team

Chairs

MS. CLAIRE BÉLANGER-PARKER
Co-Chair, Communities

MR. A. BILL FERGUSON
Co-Chair, Federal Organizations

MR. ALBERT BOHÉMIER
Outgoing Co-Chair, Communities

Secretariat

MR. ROGER LAVOIE
General Secretary, Communities

MS. MICHELLE HAMELIN
General Secretary, Federal Organizations

Community side members

EASTERN REGION

MR. ALBERT BOHÉMIER
President, Survival Systems Ltd. Group, Nova Scotia

MS. GERMAINE MONTAGUE
President, Down East Coffee Roaster and Café Cognito, New Brunswick

MR. JEAN-PAUL ARSENAULT
HR Associates Inc., Prince Edward Island

CENTRAL REGION

MR. PIERRE BÉLANGER
President, Bisons du Nord, Earlton Zoo and Earlton Camping Centre, Northern Ontario

MR. SIMON PROULX
President and Managing Director, Val Roca Inc, Eastern Ontario

MR. PIERRE PAQUETTE
Co-owner, Director of Communications and Special Projects, Allset Inc., Central-Southwestern Ontario

WESTERN REGION

MS. CLAIRE BÉLANGER-PARKER
President, CNT Tours Conventions/ Congrès N'Tours Inc., Saskatchewan

MR. RAYMOND POIRIER
President, Apprentissage illimité Inc., Manitoba

MS. FRANCINE THIVIERGE
President, Thivierge Financial Services Ltd., British Columbia

NORTHERN REGION

MR. PAUL CROWLEY
Lawyer and Legal Adviser, Nunavut

Federal members

INDIAN AND NORTHERN AFFAIRS
MR. MARC BROOKS
Director, Economic Development Programs

ATLANTIC CANADA OPPORTUNITIES AGENCY
MR. KURT INDER
Development Programs Officer and National Coordinator, Section 41 *Official Languages Act*

AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA
MR. BRIAN MURPHY
Manager, Section 41 *Official Languages Act*

BUSINESS DEVELOPMENT BANK OF CANADA
MS. MARTINE TRUDEAU
Business Relations Officer, Marketing Service

HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CANADA
MR. A. BILL FERGUSON
Regional Executive Director, New Brunswick, responsible for implementation of section 41 *Official Languages Act*

MR. BILL MERKLINGER
Director General Benefits Services, Eastern and North-Central Ontario

WESTERN ECONOMIC DIVERSIFICATION CANADA
MS. ANASTASIA LIM
Special Advisor

INDUSTRY CANADA
MS. MARY PAVICH
Director of Operations, Operations Branch

MS. DOMINIQUE VEILLEUX
Manager, National Coordination of Official Language Minority Communities

CANADIAN HERITAGE
MS. LOUISE TRAHAN
Director, Interdepartmental Cooperation, Official Languages Support Programs Directorate

TREASURY BOARD SECRETARIAT
MS. NICOLE FORTIER
Director, Official Languages Programs and Employment Equity

PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA
MS. FRANCINE BASTIEN
Director, Staff Relations

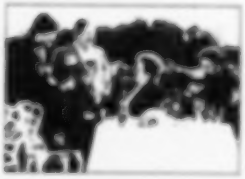
Observer

FedNor
MR. MICHEL RACINE
DEC

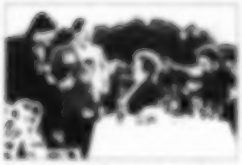
Economic Development and Employability Networks (RDÉEs)

Alberta	La Chambre économique de l'Alberta Mr. Frank Saulnier, Director General
British Columbia	Société de développement économique de la Colombie-Britannique Mr. Donald Cyr, Director General
Prince Edward Island	Société de développement de la Baie acadienne Ms. Louise Comeau, Director General
Manitoba	Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba Ms. Mariette Mulaire, Director General
New-Brunswick	Conseil économique du Nouveau-Brunswick Mr. Robert Frenette, RDÉE Coordinator
Nova Scotia	Le Conseil de développement économique de la Nouvelle-Écosse Mr. Joseph Cottreau, Director General
Nunavut	Association des francophones du Nunavut Ms. Chantal Gabriot, RDÉE Coordinator
Ontario: North, East and Central Southwest regions	Regroupement franco-ontarien de développement économique et d'employabilité Ms. Nicole Sauvé, Director General
Saskatchewan	Conseil de coopération de la Saskatchewan Mr. Robert Therrien, Director General
Northwest Territories	Conseil de développement économique des Territoires du Nord-Ouest Mr. André L. Routhier, Director
Newfoundland and Labrador	Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador Ms. Josée Dalton, RDÉE Coordinator
Yukon	Association franco-yukonnaise Mr. Dominique Pépin-Filion, RDÉE Coordinator

Lauriers de la PME *2003*



Congratulations to the Award Winning Businesses!



Bosc family: Paul-André, Paul, Andrée and Pierre-Jean

Pierre Pelletier and Isabel P. Gagné

Alain Bélanger

Leo VanBrabant

Margarita Romano and Isabelle Mercier Turcotte

TOURISM
TWO EX ÆQUO AWARDS

Château des Charmes of Niagara-on-the-Lake, Ontario, is both a winery and a first-rate tourist attraction in Ontario. The Bosc family owns this 170-hectare vineyard that can withstand Canada's cold temperatures. It was the first vineyard in the country to set up wind machines in its fields. "[We operate] day and night – when the temperature drops below -1.5°C, reducing temperature variations in the fields.

The 35,000 sq. ft. château is home to a vast underground wine cellar, an ultramodern laboratory, fully automated bottling facilities, a boutique, reception halls and offices. The winery welcomes more than 100,000 visitors and produces 1.5 million bottles every year.

Château des Charmes has won numerous awards of excellence at both national and international competitions.

The Olivier Soupery is a leading tourist destination in Ste-Anne-de-Kent, near Bouctouche, New Brunswick. The company, which became the Soup LEGUME SEUL of Canada in 2002, welcomes some 30,000 visitors every year and manufactures 120 environmentally responsible products recommended by dermatologists.

Isabel P. Gagné and Pierre Pelletier offer a whole range of activities for tourists, including a tour of the site, demonstration, museum, SoupArt gallery, library and boutique. They formed alliances with other tourist destinations in New Brunswick. The company sources raw materials and hires locally. The owners are actively involved at the local level, because they believe a company is a full-fledged member of its community and must be valued within its own environment to grow.

In 2002, Isabel P. Gagné received the Kent area Female Entrepreneur of the Year Award, and the Olivier Soupery won the New Brunswick Company of the Year Award.

RURAL DEVELOPMENT

BrigNord Ltd. of Kedgwick, New Brunswick, owned by Alain Bélanger, relies on innovation to "regenerate the North", "regenerate the forest" and "regenerate the economy of northern New Brunswick." The company offers its services to professionals in the fields of forestry, the environment, geomatics, research and development, engineering, agronomy, forest and wildlife management.

Located in a forest community with a population of 1,500, BrigNord Ltd. had to be innovative to remedy a severe lack of qualified human resources. This led the company to start up its own schools: *L'École de formation de Restigouche* specializes in forestry and the *Centre d'apprentissage perfectionnement en technologie* offers courses in electronics, electricity, computers, mechanics and entrepreneurship.

In 2001, BrigNord Ltd. received the Top Employer of Youth Award for New Brunswick from the Conference Board of Canada.

KNOWLEDGE-BASED ECONOMY

Lemalu Holdings Ltd. and its owner Leo VanBrabant are pioneers of the knowledge-based economy in Alberta's Saint-Paul area.

In 1994, Lemalu Holdings was the first to offer Internet access to the citizens of Saint-Paul. In 1998, it began providing high-speed DSL Internet access, and for the past year, it has been working on a super high-speed wireless Internet network project.

When school boards expressed a need for a French Internet content filter, Lemalu Holdings used innovative technology to create one that analyzes the contents of a Web page every time a user opens it. In 2002, some 20 of these filters were used in four Albertan school boards.

Lemalu Holdings is also well-known among students in the Saint-Paul area, because it presents awards of excellence in computers, technology and science every year.

YOUTH IN ECONOMIC DEVELOPMENT

Scenario Design is a Vancouver, British Columbia, graphics and design company which has managed to make its mark in a highly competitive field. The company's clients include the IMAX, Bank, Inuit and Earl's Restaurants.

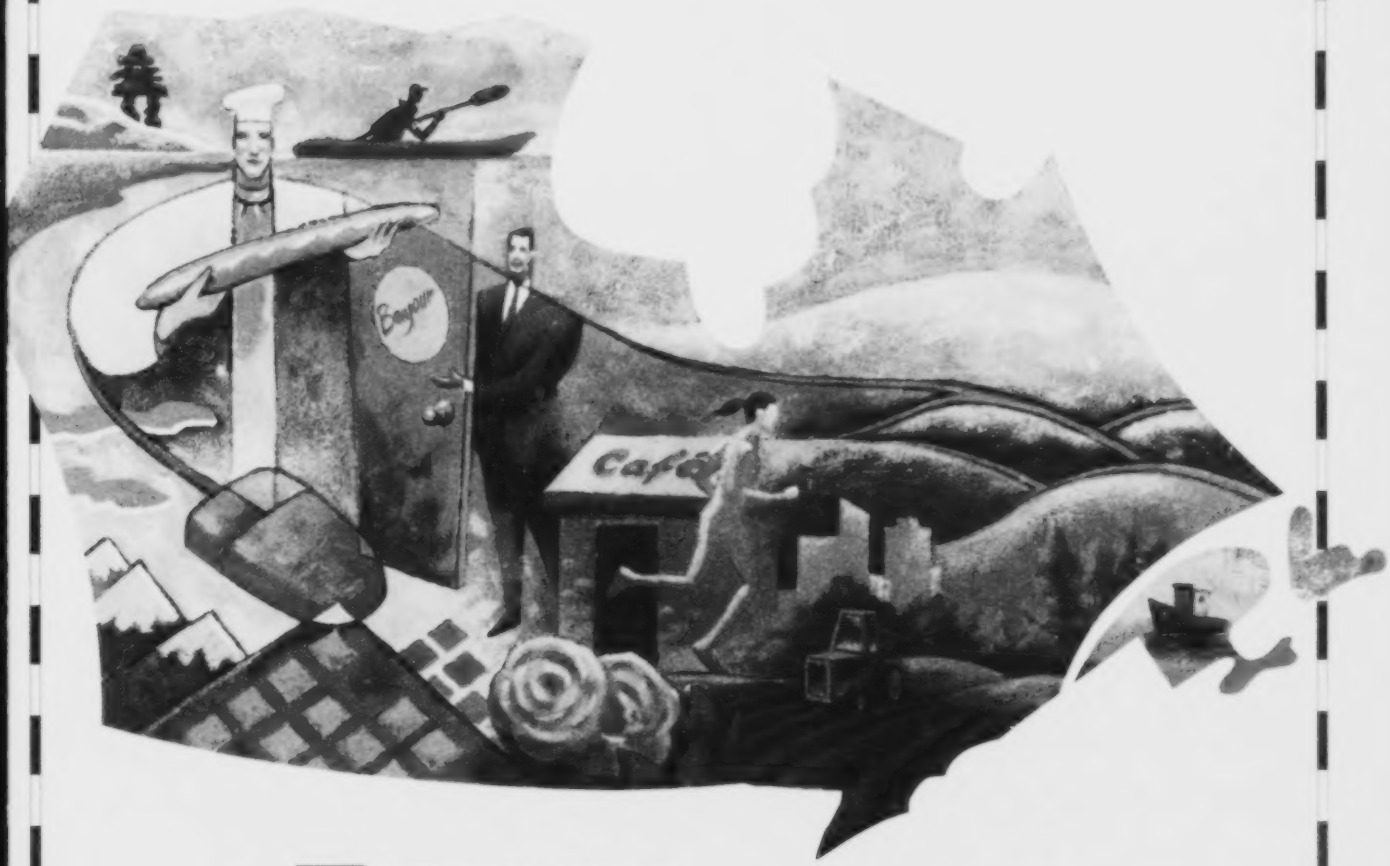
Isabelle Mercier Turcotte and Margarita Romano started up their business two years after completing their studies in scenography. They are assisted by a team of employees, contract workers and professionals who are fresh out of school or just starting their careers.

Scenario Design is renowned for its ideas that are sometimes disturbing, often exceptional, but always with integrity, and in keeping with their clients' requirements.

Scenario Design is the first Canadian company to win the Printing Industries of America Certificate of Merit and Award of Recognition.

Consolider le réseau

Rapport annuel 2002–2003



Comité national de développement
des ressources humaines
de la FRANCOPHONIE CANADIENNE

Canada

Table des matières

Avant-propos 1

Mot des coprésidents 2

Le Comité national et les RDÉE : une force motrice 3

Réalisations nationales 3

Réalisations provinciales et territoriales 6

L'équipe du Comité national 19

Les réseaux de développement économique et d'employabilité (RDÉE) 20

Avant-propos

LE COMITÉ NATIONAL DE DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES DE LA FRANCOPHONIE CANADIENNE A ÉTÉ FORMÉ EN 1997. DEPUIS, IL A BEAUCOUP ÉVOLUÉ ET ACCOMPLI.

1995

Recommandations du CARHFC

Le Comité d'adaptation des ressources humaines de la francophonie canadienne, une initiative conjointe de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada et du Conseil canadien de la coopération, recommande, entre autres éléments, de créer un conseil permanent francophone qui soutiendrait la prise en charge par les communautés minoritaires d'expression française de leur développement économique.

1997

Création du Comité national

Le gouvernement du Canada, par son ministère du Développement des ressources humaines, met sur pied le Comité national de développement des ressources humaines de la francophonie canadienne, un comité paritaire directement inspiré de la recommandation ci-dessus mentionnée.

Le 20 mars 1998, huit autres ministères et organismes fédéraux se joindront à lui dans un protocole d'entente avec les communautés francophones et acadiennes en situation de minorité au Canada. C'est une première pour le gouvernement canadien.

Le mandat du comité consiste à *fournir des avis afin d'orienter les politiques, les programmes et les services des organismes fédéraux parties à l'entente pour que ces derniers favorisent le développement et l'épanouissement des communautés francophones en situation minoritaire du Canada.*

1998

Création du concept des RDÉE et mise en place

Les réseaux de développement économique et d'employabilité (RDÉE) regroupent, à des fins de concertation et de planification du développement économique et de l'employabilité à l'échelle provinciale ou territoriale, des représentants du milieu des affaires et des organismes de développement économique. Les RDÉE concrétisent les stratégies du Comité dans les provinces et territoires en tenant compte des réalités de leur milieu.

1999

Adoption d'un plan stratégique

Le Comité national dégage quatre secteurs d'une importance stratégique pour le développement de la francophonie canadienne, dans lesquels il interviendra en priorité :

- le tourisme;
- l'économie du savoir;
- le développement rural;
- l'intégration des jeunes dans le développement économique.

Création d'un Fonds d'appui

Le plan stratégique du Comité national est solide et nécessite l'apport d'un financement de base pour être mis en œuvre partout au pays. Le ministre de Développement des ressources humaines Canada annonce la création d'un Fonds d'appui de 21 millions de dollars sur trois ans destiné à concrétiser les plans stratégiques du Comité national et de son homologue anglophone au Québec.

2000

Concours d'excellence pour les PME de la francophonie canadienne

Le Comité national souhaite soutenir et encourager concrètement les entreprises francophones qui créent de l'emploi et contribuent à l'économie de leur région. À cet effet, il lance le tout premier concours d'excellence national pour les entreprises francophones en milieu minoritaire. Les *Lauriers de la PME* récompensent les entreprises phares de la francophonie canadienne dans les quatre secteurs cibles du Comité. Les prix sont remis lors d'un gala dans la capitale nationale et constituent une grande motivation pour les entrepreneurs et leur personnel.

2001

Deux ministères font équipe

Agriculture et Agroalimentaire Canada et Patrimoine canadien, deux ministères membres du Comité national, créent ensemble l'*Initiative de planification communautaire pour les groupes de langue minoritaire des régions rurales agricoles*. Ce programme vient appuyer la planification du développement des collectivités francophones rurales et agricoles en situation de minorité. C'est une première collaboration entre ministères autres que Développement des ressources humaines Canada. L'initiative est un succès à tous les plans. Ses répercussions sont positives tant pour les communautés que pour les ministères.

2002

Renouvellement du Fonds d'appui

La ministre de Développement des ressources humaines Canada annonce le renouvellement du Fonds d'appui, cette fois au montant de 24 millions de dollars sur deux ans. Ce fonds est toujours destiné à concrétiser les plans stratégiques du Comité national et de son homologue anglophone au Québec.

Mot des coprésidents

Consolider le réseau

L'exercice 2002–2003 marque un carrefour important pour le Comité national. Il est particulièrement significatif au plan de la portée des travaux du Comité, de leurs retombées concrètes dans les communautés francophones et acadiennes et dans l'économie du pays, ainsi que de la collaboration soutenue initiée avec d'autres ministères que celui du Développement des ressources humaines Canada.

Après de vastes consultations auprès de tous les acteurs concernés, notamment les réseaux de développement économique et d'employabilité (RDÉE), nous avons adopté un second plan stratégique, quinquennal celui-là (2002–2007). Nous en avons également commencé la mise en œuvre, en plus d'adopter un plan de communications stratégiques pour la prochaine année. Ce dernier nous aidera à faire connaître les partenariats et les réalisations du réseau ainsi que leurs retombées tangibles dans l'économie canadienne.

Les RDÉE de toute la francophonie ont poursuivi leur positionnement au sein des communautés et des provinces et territoires et, dans certains cas, ont même pris une ampleur considérable. Citons notamment celui de l'Ontario, qui s'est doté de trois directions régionales, et celui des Territoires du Nord-Ouest, nouvellement formé. Partout, les efforts sont couronnés de succès avec des projets créateurs d'emplois.

Le ministère des Affaires indiennes et du Nord a accepté notre invitation à se joindre au Comité national. L'arrivée de ce ministère a permis une nomination du côté de la communauté pour représenter les collectivités du Nord canadien. FedNor a, pour sa part, accepté de siéger à la table du Comité national à titre d'observateur.

L'*Initiative de planification communautaire pour les groupes de langue minoritaire des régions rurales agricoles* a connu un succès dépassant nos attentes. Cette initiative conjointe d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et du Partenariat interministériel pour les communautés de langue officielle de Patrimoine canadien a donné de nouveaux moyens aux communautés francophones et acadiennes du pays entier de se prendre en main. Elles ont accueilli ce programme avec enthousiasme et en ont profité avec sérieux. Ce succès retentissant donne à toute l'équipe du Comité national et des RDÉE le sentiment d'avoir consolidé les assises établies avec le Fonds d'appui de Développement des ressources humaines Canada. Il nous a également incité à entreprendre des démarches pour répéter l'expérience avec d'autres ministères dans l'espoir de créer un fonds permanent de développement de la francophonie canadienne.

Enfin, nous avons évalué les besoins de l'ensemble des RDÉE au plan du perfectionnement des compétences et des programmes et services de soutien. Nous avons déjà entrepris le perfectionnement professionnel et verrons à combler d'autres lacunes au cours du prochain exercice. Nous avons par ailleurs négocié un protocole d'entente multipartite avec les RDÉE afin d'assurer l'efficacité optimale de notre collaboration.

Voilà autant d'éléments qui ont augmenté nos activités et nécessité d'élargir l'équipe du secrétariat de la partie communautaire. Nous pouvons désormais compter sur le soutien de personnes compétentes se consacrant entièrement aux alliances stratégiques, à la gestion des connaissances et à l'apprentissage organisationnel, aux communications et à la liaison avec les RDÉE ainsi qu'à la concertation dans chacun des secteurs d'intervention prioritaire que sont le développement rural, l'économie du savoir, le tourisme et l'intégration des jeunes dans le développement économique.

Au cours du prochain exercice, nous nous affairerons à démontrer que notre réseau contribue véritablement à l'essor économique du pays. Partenariats, création d'emplois, diversification de l'économie des régions sont quelques-uns des résultats attendus. Il ne fait aucun doute que ceux-ci sont tributaires du financement adéquat à long terme du réseau et de ses activités liées au développement économique et à l'employabilité. Les ministères et organismes fédéraux à vocation économique pourront alors miser sur des partenaires communautaires viables et bien outillés pour les aider à réaliser pleinement leurs mandats et à renforcer la société canadienne.

C'est avec beaucoup de fierté que nous vous invitons à lire, dans les pages qui suivent, un bref résumé de l'extraordinaire chemin parcouru dans notre réseau en 2002–2003.

Les coprésidents,

Claire Bélanger-Parker
Partie communautaire

A. Bill Ferguson
Partie fédérale

Le Comité national et les RDÉE : une force motrice

Au cours de l'exercice 2002–2003, les réseaux de développement économique et d'employabilité (RDÉE) instaurés dans les provinces et territoires ont véritablement affermi leur place dans l'économie du pays.

Des communications soutenues entre le Comité national et les RDÉE et entre ces derniers ont permis de mettre en commun l'information, les pratiques exemplaires et les idées novatrices. Le portail gazel.ca a facilité le travail avec sa bibliothèque sectorielle, où chacun peut afficher, consulter et commenter des documents d'information.

La notoriété des RDÉE s'est accrue considérablement partout au pays, de même que leurs actions et les retombées concrètes de celles-ci. Ces retombées touchent autant la population francophone, active ou réintégrant le marché du travail, que l'économie canadienne dans son ensemble.

Réalisations nationales

PLAN ET COMMUNICATIONS STRATÉGIQUES

Suite à la consultation de tous les acteurs concernés au cours des deux derniers exercices, le Comité national a adopté six grandes orientations stratégiques pour les cinq années à venir (2002–2007). Nous sommes confiants qu'elles mèneront au développement soutenu de la francophonie canadienne :

- investissement dans le perfectionnement des ressources humaines vouées au développement économique et à l'employabilité;
- consolidation des ressources actuelles et futures consacrées à notre réseau;
- consolidation des alliances et partenariats actuels et futurs pour créer davantage d'emplois;
- canalisation et maximisation des forces du réseau francophone pancanadien;
- valorisation et reconnaissance de l'excellence et de l'innovation;
- recherche sur le développement socioéconomique de la francophonie canadienne.

Dans le même ordre d'idées, l'ensemble des RDÉE et le Comité national reconnaissent l'importance de faire connaître l'appartenance à un réseau national et la contribution de celui-ci à l'économie du pays. Une stratégie de communications a donc été élaborée en ce sens et sera mise en œuvre au cours du prochain exercice.

ENCADREMENT DES RELATIONS ENTRE LES RDÉE ET LE COMITÉ NATIONAL

Après quelques années d'existence, les RDÉE ont atteint un certain niveau de maturité. Les organisations ayant plus d'envergure, il devenait nécessaire de préciser les modalités de collaboration entre les RDÉE et la partie communautaire du Comité national afin d'en optimiser l'efficacité.

Un protocole d'entente multipartite a donc été négocié avec les RDÉE. Ce protocole a deux grands objectifs : faciliter la mise en œuvre du plan stratégique du Comité national et consolider le réseau national de développement économique et d'employabilité.

ÉTUDE DES BESOINS ET PERFECTIONNEMENT

Devant l'évolution du réseau et l'augmentation considérable du nombre de demandes au secrétariat de la partie communautaire, le Comité national a effectué une étude systématique des besoins du réseau. Cet exercice nous a permis d'établir un profil des compétences du personnel de notre réseau et de cerner les services d'appui dont il aurait besoin. Le Comité national utilisera les résultats de cette étude pour mettre en place une série d'outils et de mécanismes opérationnels qui optimiseront le travail des réseaux de développement économique et d'employabilité dans l'ensemble du pays.

Au cours du dernier exercice, nous avons élaboré un programme de perfectionnement des compétences et une stratégie de gestion des connaissances pour les membres du réseau. Nous comptons ainsi, d'une part, accroître les capacités communautaires en matière de développement économique et d'employabilité et, d'autre part, favoriser l'acquisition et la diffusion continues des connaissances par le biais de veilles et d'échanges soutenus utilisant les technologies adéquates. Une première séance de perfectionnement professionnel a été offerte en mars 2003, portant sur le développement économique communautaire.

FONDS PERMANENT

Considérant les progrès réalisés depuis 1997 et leurs retombées pour l'économie du pays, le Comité national estime qu'il est nécessaire de créer, en plus du financement de base actuellement assuré par le ministère du Développement des ressources humaines Canada, un fonds permanent voué au développement de la francophonie canadienne. Il a donc déployé beaucoup d'efforts pour attirer une plus grande participation financière des ministères et organismes fédéraux siégeant à sa table.

Au cours du dernier exercice, il a commandé une étude établissant un lien entre les besoins des communautés francophones et acadiennes et les grandes orientations du gouvernement fédéral. Il en est ressorti une dizaine de créneaux s'insérant à la fois dans les programmes existants du gouvernement fédéral et dans les quatre secteurs d'intervention du Comité national et des RDÉE :

DÉVELOPPEMENT RURAL

- Le télétravail, qui a fait ses preuves en Europe, aux États-Unis et en Australie pour stimuler l'économie rurale et offrir des occasions d'emploi à la main-d'œuvre locale.
- L'établissement de meilleurs liens entre les milieux urbains et ruraux, que l'on estime aujourd'hui vitaux pour un développement soutenu du marché du travail et de l'activité économique.

ÉCONOMIE DU SAVOIR

- La promotion de la création d'une infrastructure de communications à large bande et du développement d'applications. Presque partout dans le monde, on s'entend sur le fait qu'il s'agit là d'un outil essentiel au développement des collectivités, tant du point de vue de l'économie que de celui des compétences, et cette tendance s'accentue.
- La sensibilisation des PME aux affaires électroniques car, malgré la chute des entreprises « .com », l'utilisation des modèles d'affaires électroniques accroîtra la productivité, l'innovation, la rentabilité, le potentiel humain et l'accès aux marchés. Notons que les affaires électroniques englobent tout l'éventail des processus opérationnels, dont la conception de produits, la gestion de la chaîne d'approvisionnement, le contrôle et la gestion des stocks, la gestion financière, la gestion des relations avec la clientèle ainsi que les fonctions de vente et de marketing.
- Le commerce électronique, qui permettra à plusieurs entreprises existantes d'exploiter de nouveaux marchés et à de nouvelles entreprises de s'établir.
- L'accès à du capital de risque, car les entreprises actuelles et futures en auront besoin pour croître et innover.

INTÉGRATION DES JEUNES DANS LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

- L'entrepreneuriat chez les jeunes, qui prend de l'ampleur partout dans le monde à titre de moteur valable de développement économique et d'employabilité, tant en milieu rural qu'urbain.
- L'encadrement des jeunes entrepreneurs, car le mentorat est déterminant pour la réussite des entreprises des jeunes. Plusieurs études le confirment.

TOURISME

- Les portails de développement du tourisme, qui constituent des outils couramment utilisés par les professionnels de ce secteur pour soutenir leurs activités. Ils comptent diverses fonctionnalités, dont les outils d'évaluation des atouts touristiques, le soutien à la recherche, des statistiques, du soutien au marketing et des mécanismes de partage du savoir et de formation entre professionnels du développement du tourisme.
- Le marketing communautaire et coopératif du tourisme, car les très petites collectivités ne possèdent pas toujours les ressources pour promouvoir le tourisme à l'échelle locale, à plus forte raison à l'échelle régionale, nationale et internationale.

PLANS LOCAUX DE DÉVELOPPEMENT

Voilà un autre succès notable. L'*Initiative de planification communautaire pour les groupes de langue minoritaire des régions rurales agricoles* a fourni une ressource concrète aux RDÉE.

Cette initiative a été créée en 2001 par Agriculture et Agroalimentaire Canada et le Partenariat interministériel pour les communautés de langue officielle (PICLO) de Patrimoine canadien dans le but spécifique d'aider les communautés francophones et acadiennes de l'extérieur du Québec et anglophones du Québec à élaborer des plans de développement à long terme. Ces plans doivent exploiter les atouts du milieu, rallier les multiples intervenants, cibler les occasions d'affaires et permettre un équilibre entre les objectifs économiques, sociaux et environnementaux.

Le programme, doté de 2 millions de dollars, prévoyait un budget de 1,7 million de dollars pour la francophonie canadienne. En fin d'exercice, une quarantaine de demandes avaient été présentées par les collectivités rurales francophones et acadiennes. Ces demandes, toutes très solides, ont profité de la presque totalité des fonds prévus pour elles dans l'Initiative. Le fait de disposer d'un programme spécifique a été déterminant pour souder les membres des communautés dans un effort collectif de planification sérieuse. Toutes les demandes ralliaient des partenaires pour une somme au moins égale au financement accordé par l'Initiative.

CORRIDOR TOURISTIQUE FRANCOPHONE PANCANADIEN

Au cours du dernier exercice, le Comité a mis sur pied un groupe de réflexion pour concrétiser le concept de corridor touristique francophone pancanadien. La Commission canadienne du tourisme, Patrimoine canadien, des représentants des communautés ainsi que des experts du secteur du tourisme des gouvernements provinciaux participent à ce groupe de réflexion.

Le rôle du groupe de travail est de conseiller le Comité national dans l'élaboration d'une stratégie qui inclurait :

- le conseil et l'expertise sur la mise en place d'un portail touristique francophone;
- la promotion de ce portail à même des activités existantes;
- la facilitation dans le développement de partenariats et d'alliances avec d'autres emplacements touristiques du Canada;
- la facilitation dans le développement d'un partenariat avec la Commission canadienne du tourisme.

La coprésidente du Comité national a en outre présenté le concept aux représentants gouvernementaux des affaires francophones de chaque province et territoire en leur demandant leur appui. La collaboration des provinces et territoires sera déterminante dans la promotion des sections du corridor touristique qui les traversent.

LAURIERS DE LA PME : DEUXIÈME ÉDITION

Lauriers de la PME 2003

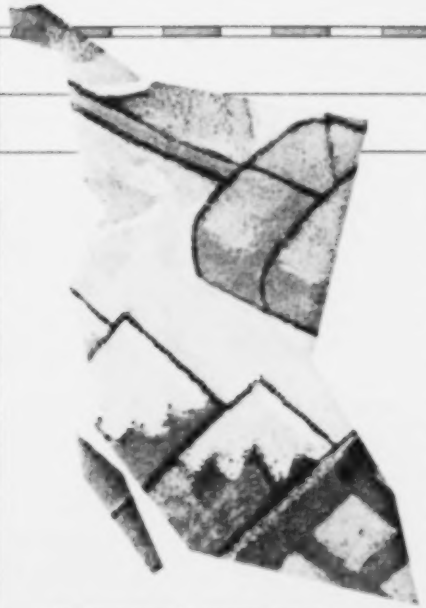
Considérant les retombées des *Lauriers de la PME 2001* au sein des communautés, le Comité national n'a eu aucune hésitation à lancer officiellement une deuxième édition de ce concours à l'automne 2002.

Comme l'ont souligné les lauréats des *Lauriers de la PME 2001*, le simple fait de participer à ce concours national a des répercussions intéressantes pour l'entreprise. La préparation de la candidature fournit l'occasion de faire le point et de cerner les forces de l'équipe. Le fait de remporter un prix raffermit la position de l'entreprise auprès de ses clients et fournisseurs et peut même réveiller et mobiliser les troupes après plusieurs années d'existence. Dans une certaine mesure, ce concours contribue peut-être aussi à convaincre ceux et celles qui songent à se lancer en affaires qu'il est possible de le faire en français et de réussir partout au pays.

Le lancement de la deuxième édition, qui a reçu l'approbation unanime des partenaires, a eu lieu le 18 septembre 2002, avec gala de remise des prix le 22 mars 2003, au Château Laurier, à Ottawa. L'ensemble des ministères membres du Comité national ainsi que plusieurs entreprises du secteur privé ont contribué, financièrement ou en nature, à la tenue du concours.

Réalisations provinciales et territoriales

Colombie-Britannique



Relations avec le gouvernement provincial

Le RDÉE de la Colombie-Britannique a établi d'excellentes relations avec le gouvernement provincial au cours du dernier exercice. C'est notamment grâce à l'arrivée d'une nouvelle directrice de l'entente cadre Canada-Colombie-Britannique sur les langues officielles et au solide soutien du député provincial chargé des langues officielles qu'on a pu instaurer ces fructueuses relations.

Sensibilisation des jeunes au milieu des affaires

Le RDÉE de la Colombie-Britannique croit important de créer des occasions pour les jeunes de rencontrer des gens d'affaires et de discuter avec eux de questions économiques et des compétences requises sur le marché du travail.

Il réserve donc systématiquement une quinzaine de places lors de conférences organisées par le Regroupement des gens d'affaires du Grand Vancouver et les offre gratuitement à des jeunes de 17 à 19 ans. En 2002-2003, ces décideurs de demain ont notamment pu assister à un dîner-conférence animé par le président de la Banque de développement du Canada, M. Michel Vennat. L'événement était organisé par la Chambre de commerce franco-colombienne.

PARTENAIRES CLÉS

- Regroupement des gens d'affaires du Grand Vancouver
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Canadian Club de Vancouver
- Chambre de commerce française de Vancouver
- Alliance française de Vancouver

Promotion touristique, nouvelles technologies et jeunesse

Le RDÉE de la Colombie-Britannique a poursuivi ses efforts de promotion touristique en exploitant les nouvelles technologies. Cette année, il a en outre fait appel à des jeunes pour créer son second CD-ROM, *La Colombie-Britannique sur mesure*, un instrument de planification de voyage hautement interactif et visuel. Certaines fonctionnalités de celui-ci ont d'ailleurs été ajoutées au site Web www.tourisme-cb.com pour en augmenter l'interactivité.

C'est par le biais d'un stage en multimédia que les jeunes ont créé le CD-ROM. Ils ont reçu un encadrement théorique pendant les premiers mois pour ensuite réaliser le produit selon leur secteur respectif d'expertise : recherche/rédaction, vidéo, programmation et graphisme.

La Colombie-Britannique sur mesure permet à l'utilisateur de composer son itinéraire pour visiter la Colombie-Britannique. À partir des points d'entrée et de sortie en Colombie-Britannique, de la durée du voyage et d'une étape spécifique, le logiciel propose une liste de circuits. L'utilisateur peut visionner des présentations vidéo sur les attractions touristiques de ce circuit. Le CD-ROM en contient plus de 360, par comparaison à 24 pour la première édition du produit. Enfin, il est aussi possible d'imprimer des fiches techniques sur le kilométrage, la description des attractions touristiques et les cartes.

Ce nouvel outil aura contribué au développement d'une expertise francophone dans un domaine de premier plan en plus d'appuyer la promotion d'entreprises francophones du secteur du tourisme. Cette réalisation s'est révélée enrichissante tant pour les participants, qui ont acquis des connaissances et de l'expérience recherchées, que pour le RDÉE de la Colombie-Britannique et le milieu des affaires franco-colombien, qui peuvent maintenant compter sur un noyau francophone de spécialistes des nouvelles technologies.

PARTENAIRES CLÉS

- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Commission canadienne du tourisme
- Parcs Canada
- BC Tourism
- Corridor touristique francophone de l'Ouest

Alberta

Campagne publicitaire multipartite

Le RDÉE de l'Alberta a élaboré une campagne publicitaire mettant l'accent sur les sites francophones et les services offerts en français afin de mieux faire connaître cette province comme destination touristique auprès des marchés français et québécois.

La participation financière de plusieurs entrepreneurs et organismes gouvernementaux a permis de produire une série complète d'outils de promotion touristique : guide, cahier commercial, annonces radio et publicité dans les journaux et revues spécialisées. La campagne *L'autre belle province* prévoyait également la participation à une multitude de foires touristiques au Québec et en France, ainsi que des tournées éducationnelles pour les spécialistes du secteur du tourisme et les journalistes.

Les résultats ont dépassé les attentes. À titre d'exemple, au Québec, la notoriété de l'Alberta comme destination touristique est passée de 2 % en 2001 à 18 % en 2002. Cette campagne innovatrice a valu à La Chambre économique de l'Alberta (La CÉA), maître d'œuvre du projet et organisme délégué du RDÉE de l'Alberta, une nomination comme finaliste aux Grands prix du tourisme *Travel Alberta* dans la catégorie *Innovative Marketing*. Cette nomination a certainement pesé dans l'invitation qui fut ensuite faite à La CÉA de siéger au comité consultatif *Strategic Tourism Marketing Committee*, relevant directement du ministre du Développement économique de l'Alberta. La campagne aura donc également eu pour effet d'augmenter sensiblement la notoriété provinciale de la communauté francophone de l'Alberta.

PARTENAIRES CLÉS

- Commission canadienne du tourisme
- Entrepreneurs franco-albertains
- Gouvernement du Québec
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada

Création d'un complexe et d'un parc à thématique francophone

À Bonnyville, dans le Nord-Est de l'Alberta, le RDÉE a fait équipe avec un groupe de gens d'affaires pour aménager un imposant terrain appartenant à la pétrolière Esso.

Le comité responsable du projet a choisi de valoriser la francophonie ainsi que son potentiel humain et économique. L'objectif consiste à créer un espace à thématique francophone, tant pour les loisirs que pour les affaires. Le RDÉE s'est chargé de la thématique. Toute la signalisation du parc est centrée sur la fleur de lys (francophonie) et la rose sauvage (Alberta), et tous les services seront bilingues. La première phase du projet touche l'aménagement des espaces récréo-touristiques. La deuxième phase prévoit la construction d'un centre d'affaires, qui accueillera des entreprises bilingues.

Ce projet a eu pour effet de rallier le milieu des affaires francophone de Bonnyville et de créer un certain nombre d'emplois dans une région rurale qui en avait grandement besoin.

PARTENAIRES CLÉS

- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Lakeland Sports and Recreation Centre
- Une vingtaine d'entrepreneurs locaux
- Esso impériale

Saskatchewan

Bistro belge

Le RDÉE de la Saskatchewan est très actif au sujet de l'intégration des jeunes dans le développement économique. Il cultive des liens très étroits avec la Division scolaire francophone, avec laquelle il collabore régulièrement.

Il a notamment mis en place une activité de cantine scolaire qui amène les jeunes à mettre sur pied et à gérer une cantine dans leur école. Le projet leur sert à la fois de travail pratique dans le cadre d'un cours sur l'entrepreneuriat et de moyen concret d'acquérir des compétences convoitées sur le marché du travail.

(de g. à dr.) Chantal Bauche, Lindsay George et Sonita Wolensky ont vécu l'aventure entrepreneuriale tout l'été 2002, ouvrant et exploitant un bistro à Bellegarde.

Au cours de l'exercice 2002-2003, trois jeunes filles ayant participé à cette cantine scolaire ont poursuivi l'aventure entrepreneuriale tout l'été en ouvrant un bistro belge à Bellegarde. Cette communauté francophone, d'origine belge en majorité, cherchait à atteindre deux objectifs : attirer les jeunes au centre communautaire, et doter la communauté d'un symbole de ses origines. Étant donné le succès des trois jeunes filles dans la cantine scolaire, l'idée n'a pas été longue à germer. Le RDÉE, par le biais du Conseil de coopération de la Saskatchewan, a offert un encadrement solide aux trois jeunes filles pour la totalité du processus de création, de démarrage et d'exploitation du bistro. La communauté, pour sa part, a fréquenté assidûment l'établissement, qui est d'ailleurs devenu un point de ralliement pour les jeunes tout au long de l'été.

PARTENAIRES CLÉS

- Développement des ressources humaines Canada
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Association fransaskoise de Bellegarde

Sokrate.ca

Le RDÉE de la Saskatchewan est aussi actif en économie du savoir. Il a lancé au cours du dernier exercice un projet de mentorat à distance par le biais du Web.

Sokrate.ca est un site qui saura répondre aux besoins de multiples clientèles vivant en milieu francophone minoritaire. Tout d'abord, les jeunes qui songent à leur avenir pourront établir des liens, en français, avec des adultes travaillant dans le ou les domaines qui les intéressent. Ensuite, les entrepreneurs en herbe pourront poser des questions à des entrepreneurs chevronnés œuvrant dans le même domaine.

Le site contient des hyperliens à une foule de ressources. Il contient également des boîtes de courrier électronique individuelles pour chacun des inscrits. Grâce à cette communication écrite et électronique, les mentors et les jeunes peuvent poser des questions ou y répondre au moment qui leur convient le mieux. Ils peuvent également conserver les communications pour s'y référer plus tard. La méthode permet en outre d'amenuiser la gêne éventuelle que des néophytes peuvent éprouver devant des experts, facilitant d'autant la réflexion et le questionnement sur le monde du travail.

PARTENAIRES CLÉS

- Développement des ressources humaines Canada
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Guichet unique fransaskois
- Service fransaskois de formation des adultes
- Division scolaire francophone n° 310
- Division scolaire franco-manitobaine

Manitoba

Jeunes entreprises Manitoba

Le programme Jeunes entreprises Manitoba vise à offrir aux élèves manitobains de la 5e année au 4e secondaire une formation en entrepreneuriat. De 1998 à 2000, soit pour les trois premières années, 1 050 programmes ont été offerts dans les écoles anglaises, et trois dans les écoles françaises. Au cours du dernier exercice, grâce à l'intervention du Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba (CDEM), qui incarne le RDÉE du Manitoba, ce nombre est passé à 25 dans les écoles françaises.

C'est donc une augmentation considérable, qui permet de sensibiliser un plus grand nombre de jeunes Franco-Manitobains au monde des affaires. Cette augmentation a également pour effet immédiat d'embaucher une personne-ressource francophone à temps plein. Cette personne doit offrir la formation aux jeunes et faire la promotion du programme auprès des écoles et du secteur privé.

PARTENAIRES CLÉS

- Division scolaire franco-manitobaine
- Conseil jeunesse provincial
- Jeunes entreprises Manitoba

Discover Manitoba

Le RDÉE du Manitoba a réussi une grande première au cours du dernier exercice : faire découvrir les attraits touristiques francophones du Manitoba durant le salon touristique annuel au centre des congrès de Winnipeg.

Le thème du salon cette année était *Discover Manitoba : Get Outta' Town* et convenait donc parfaitement pour faire connaître les attraits touristiques des municipalités bilingues de la province aux 700 000 citoyens de Winnipeg. Le RDÉE du Manitoba a réuni trente-quatre entreprises et organismes communautaires de ces municipalités sous la bannière *Joie de vivre*. Dix kiosques formaient une allée complète dans le centre des congrès où l'on pouvait littéralement ressentir et goûter la joie de vivre franco-manitobaine.

L'allée franco-manitobaine présentait les divers attraits touristiques des municipalités bilingues du Manitoba, avec musique et mets traditionnels en prime. Les entreprises et organismes ont pu se promouvoir collectivement. Cela est plutôt rare pour des entreprises qui se font normalement concurrence et l'effet a été très rassembleur. Le CDEM a également distribué les circuits thématiques autoguidés qu'il a publiés cette année.

Cette activité aura permis de pénétrer le marché anglophone et fort probablement d'augmenter l'achalandage des entreprises franco-manitobaines et la création d'emplois.

PARTENAIRES CLÉS

- 16 municipalités bilingues du Manitoba
- Ministère de la Culture, du Patrimoine et du Tourisme du Manitoba
- Manitoba Regional Tourism Association
- North Central Development
- Wheat Belt — Community Futures Development Corporation
- South Western Trails Association for Regional Tourism

Internet haute vitesse

Le CDEM a également déployé d'importants efforts pour doter les municipalités bilingues de l'accès Internet haute vitesse. Ce travail a été couronné de succès en janvier 2003, [illegible] plusieurs entreprises et organismes [illegible]'a Société de développement communautaire de Montcalm ont obtenu une telle connexion grâce à une technologie sans fil.

Le branchement haute vitesse améliore considérablement les conditions d'utilisation des nouvelles technologies de l'information et des communications dans le milieu de travail. Concrètement, il permet aux entreprises de la région de faire des téléchargements de documents beaucoup plus rapidement, d'expédier de gros fichiers par courrier électronique en un tournemain, de transiger plus efficacement avec leurs clients et fournisseurs. Il améliore également les communications avec les intervenants des marchés internationaux.

Le CDEM poursuit ses efforts pour brancher les autres municipalités bilingues du Manitoba, car cet outil technologique permet de pallier efficacement certains problèmes d'emploi en milieu rural.

PARTENAIRES CLÉS

- Développement des ressources humaines Canada
- Comité Accès Montcalm Access
- Société de développement communautaire Montcalm

Ontario

CENTRE-SUD-OUEST

Centre des nouvelles technologies vertes

Les technologies vertes sont ces technologies modernes qui réduisent ou éliminent l'effet dévastateur sur l'environnement. Elles englobent les techniques de production d'une multitude de secteurs, dont l'agriculture, le transport, la construction, le vêtement, les produits de nettoyage, de santé, de beauté, etc. L'expression « technologies vertes » comprend également l'idée de la transmission des valeurs, surtout à la jeune génération.

Le projet de Centre des nouvelles technologies vertes propose de créer les conditions qui permettront aux communautés francophones du Centre-Sud-Ouest de l'Ontario de se positionner dans ce secteur. On souhaite développer des compétences et des capacités communautaires dans les domaines des sciences, de l'écologie et de l'environnement. Le Centre sera situé dans la Huronie, une région dotée d'un important bassin de main-d'œuvre convenant à la gestion du Centre, de paysages propices à la science, à l'écologie et à l'environnement et d'attraits touristiques pouvant attirer familles, jeunes, groupes et écoles. Le Centre répondra notamment aux besoins et initiatives des communautés francophones de tout le Centre-Sud-Ouest.

Au cours de l'exercice 2002–2003, la région Centre-Sud-Ouest du RDÉE de l'Ontario a beaucoup fait progresser le dossier en réalisant, avec deux partenaires, une étude de faisabilité et un plan d'affaires.

PARTENAIRES CLÉS

- Centre d'avancement et de leadership en développement économique communautaire de la Huronie (CALDECH)
- La Clé d'la Baie

NORD

Destination Nord

La région Nord du RDÉE de l'Ontario a beaucoup travaillé avec Destination Nord, un organisme sans but lucratif qui centralise les projets de développement touristique francophone du Nord de l'Ontario. Grâce à cette collaboration, Destination Nord a pu recruter un nombre impressionnant d'entrepreneurs et de municipalités pour l'appuyer. L'équipe a pu faire progresser de nombreux dossiers au cours de l'exercice 2002–2003, dont voici quelques exemples.

Destination Nord a notamment établi un partenariat avec la première équipe féminine formée dans le cadre du Raid international Harricana 2003, une course d'endurance et de vitesse à motoneige. À la veille de cet événement d'envergure, l'équipe s'est entraînée dans le Nord de l'Ontario. Destination Nord a organisé la tournée d'entraînement et en a profité pour faire la promotion de communautés francophones du Nord de l'Ontario.

L'organisation a également publié un guide touristique en français, avec cote indicative du niveau de services en français offerts dans les établissements. Un partenariat avec un franchisé McDonald's permet de distribuer le guide dans tous ses restaurants du Nord de l'Ontario. Cette approche a fait l'unanimité chez les entrepreneurs anglophones, qui ne se sont pas sentis menacés par l'arrivée d'un guide touristique exclusif en français. Ils demandent même à faire augmenter leur cote lorsqu'ils embauchent du nouveau personnel s'exprimant en français ou qu'ils ajoutent des publications bilingues à leur éventail promotionnel. Certains ont même demandé à Destination Nord d'organiser des ateliers de français oral spécialement destinés aux entrepreneurs touristiques, ce qui sera probablement fait au cours du prochain exercice.

Soulignons également l'importance de la campagne Bonjour!, qui permet aux entreprises et municipalités sensibles à la clientèle francophone et offrant des services en français de s'afficher comme telles.

PARTENAIRES CLÉS

- Développement des ressources humaines Canada
- 23 municipalités francophones du Nord de l'Ontario
- 250 entrepreneurs francophones du Nord de l'Ontario

EST

Francoscénie

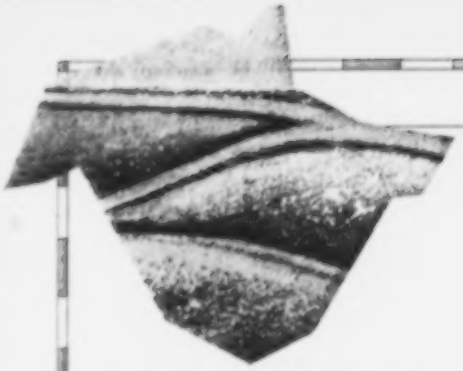
La région Est du RDÉE de l'Ontario a travaillé en étroite collaboration avec Francoscénie inc., un organisme sans but lucratif créé pour mettre sur pied, avec d'autres partenaires, un spectacle à grand déploiement intitulé « L'écho d'un peuple ». Le spectacle présentera à chaque été l'histoire de plus de 1 000 personnages qui ont influencé l'avenir des Francophones d'Amérique, de l'Acadie jusqu'aux Rocheuses, voire jusqu'en Louisiane.

Ce projet peut se targuer d'une participation communautaire sans précédent. Le spectacle sera monté par des artistes professionnels et une grande quantité de bénévoles pour contribuer le marché local et régional ainsi que les touristes venant visiter la capitale nationale. La production multimédia se déroulera dans la plus grande forêt cultivée en Amérique, la Forêt Larose, à une cinquantaine de kilomètres d'Ottawa en direction de Montréal.

Avec des prévisions de 2 500 spectateurs par représentation, le spectacle contribuera tant au développement économique de la région de Prescott-Russell et à la création d'emplois qu'à l'éveil de la fierté franco-ontarienne.

PARTENAIRES CLÉS

- Francoscénie inc.
- Développement des ressources humaines Canada
- Patrimoine canadien
- Comtés-Unis de Prescott-Russell
- Municipalités locales
- Entrepreneurs et organismes locaux



Nouveau-Brunswick

Amorce du virage électronique

L'équipe du RDÉE du Nouveau-Brunswick s'est installée dans le Centre du Savoir de Paquetville. La construction d'un nouvel édifice et le regroupement sous son toit de plusieurs organismes régionaux ont créé une synergie remarquable que certains vont jusqu'à qualifier de boom économique. Les retombées de cette initiative du Village de Paquetville sont certainement importantes : 48 emplois créés à ce jour dans un village de 600 personnes, réouverture d'une buanderie qui avait fermé ses portes, construction d'une nouvelle station-service jouxtée d'un Tim Horton's.

Le RDÉE du Nouveau-Brunswick apporte une contribution d'envergure à ce Centre du Savoir avec un service d'accompagnement des affaires électroniques. On espère ainsi accélérer le passage des entreprises francophones aux affaires électroniques en facilitant l'intégration des technologies de l'information et des communications (TIC) dans leurs activités quotidiennes. Concrètement, cinq employés du RDÉE ont inventorié les programmes gouvernementaux offerts aux entrepreneurs, tant au palier provincial que fédéral. En s'appuyant ensuite sur le profil d'utilisation des TIC dans la Péninsule acadienne réalisé l'an dernier avec l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, ils ont entrepris de visiter toutes les entreprises francophones de la région pour les familiariser aux affaires électroniques. Le travail de sensibilisation comporte trois volets :

1. démythifier la technologie et les affaires électroniques auprès des entrepreneurs qui n'ont aucune connaissance informatique;
2. sensibiliser ceux qui sont déjà équipés de systèmes informatiques aux possibilités du commerce électronique;
3. faire valoir l'utilité des technologies de l'information et des communications pour gérer la croissance de l'entreprise ou l'exportation.

D'autres régions francophones du Nouveau-Brunswick ont déjà manifesté un intérêt pour appliquer la méthode chez eux en s'inspirant des meilleures pratiques.

L'équipe du RDÉE installée à Paquetville : (de g. à dr.) Sylvie Robichaud, secrétaire-réceptionniste, Johanne Lévesque, coordonnatrice en développement rural, Thérèse Brideau, coordonnatrice en tourisme, Nancy Rousselle, coordonnatrice en entrepreneuriat jeunesse et Éric Robichaud, coordonnateur en économie du savoir.

PARTENAIRES CLÉS

- Collectivité ingénieuse de la Péninsule acadienne
- Industrie Canada
- Société d'aménagement régional du Nouveau-Brunswick

Mobilisation du secteur de l'hébergement touristique

Le RDÉE du Nouveau-Brunswick travaille de près avec l'Association touristique de la Péninsule acadienne. Il a notamment regroupé les entrepreneurs du secteur de l'hébergement touristique pour cerner les résultats de la dernière saison touristique et les défis à venir, notamment au plan des compétences de la main-d'œuvre.

C'est au fil des réunions de groupe qu'est née l'idée d'une promotion collective en Ontario. Un entrepreneur est intervenu pour expliquer que, seul, il ne pouvait se permettre qu'une petite annonce, noyée dans une excellente publication franco-ontarienne. Le groupe, par contre, pourrait s'offrir une bien meilleure visibilité.

Les entrepreneurs présents, aidés du personnel de l'Association et du RDÉE du Nouveau-Brunswick, ont immédiatement mis au point un plan faisant appel tant aux principaux attraits touristiques de la région, comme le Village historique acadien, qu'aux grandes entreprises d'hébergement, comme le Complexe les deux rivières, qu'aux petits hôtels et gîtes du passant.

Grâce à l'appui du RDÉE et à la mise en commun des ressources du milieu, les entrepreneurs d'hébergement touristique de la Péninsule acadienne ont pu s'afficher dans les deux pages centrales de l'annuaire des ressources francophones de Toronto. Cette publication, en place depuis une quinzaine d'années, rejoint un bassin de 100 000 Franco-Ontariens. Les retombées de cette publicité ne seront connues qu'à l'hiver prochain, mais il est d'ores et déjà apparent que les entrepreneurs se sont rapprochés et ont renforcé leur sentiment d'appartenance au milieu des affaires acadien. Le succès a été tel que l'exercice a été immédiatement répété avec le milieu de la restauration, et s'étendra, petit à petit, à d'autres secteurs.

PARTENAIRES CLÉS

- Association touristique de la Péninsule acadienne
- Regroupement des gens d'affaires de la Péninsule acadienne

Nouvelle-Écosse

Comité conjoint sur le tourisme acadien

La communauté acadienne de la Nouvelle-Écosse cherche depuis plusieurs années à coordonner l'action des multiples intervenants afin d'exploiter tout le potentiel humain et économique du tourisme acadien. Avec les célébrations du 400e anniversaire de l'Acadie, le besoin devenait criant de donner une direction commune aux diverses activités des communautés acadiennes et anglophones.

En juillet 2002, le RDÉE de la Nouvelle-Écosse et deux autres organismes acadiens ont rencontré les ministres et fonctionnaires des ministères du Tourisme et des Affaires acadiennes. Ils souhaitaient démarrer un processus qui aboutirait à l'élaboration d'un plan stratégique pour le tourisme acadien. En décembre, le gouvernement provincial acceptait la proposition de former un comité conjoint avec la communauté acadienne. Celle-ci y est représentée par les trois organismes à l'origine du projet, tandis que le gouvernement provincial y est représenté par un membre du Tourism Partnership Council (un partenariat entre les représentants de l'industrie du tourisme et le ministère du Tourisme ayant pour mandat d'établir la stratégie touristique en N.-É) et le conseiller spécial aux affaires acadiennes.

Le comité conjoint doit élaborer un plan stratégique sur le tourisme acadien qui s'intégrera au plan provincial sur le tourisme en Nouvelle-Écosse. En février et mars 2003, il a tenu une série de tables rondes dans toutes les régions de la province. Cette démarche, très inclusive, avait pour but de définir le produit acadien touristique. Elle aura également servi de forum pour échanger sur les célébrations du 400e anniversaire de l'Acadie.

Le processus de planification se poursuivra en 2003 et le plan final sera lancé en automne conjointement avec le lancement du plan annuel du tourisme par le gouvernement provincial.

PARTENAIRES CLÉS

- Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse
- Congrès mondial acadien 2004
- Bureau des affaires acadiennes de la Nouvelle-Écosse
- Ministère du tourisme de la Nouvelle-Écosse

Centre maritime Isle à Souris

Ce centre destiné à la fabrication, à la réparation et à l'entreposage de bateaux découle du plan stratégique élaboré par la communauté de l'Isle Madame en 2001. Au cours de l'exercice 2002-2003, le RDÉE de la Nouvelle-Écosse a grandement facilité la réussite de ce partenariat créateur d'emplois entre l'entreprise privée et un organisme communautaire.

Entreprises Samson ltée, un fabricant de bateaux en fibre de verre de 55 pieds et plus, souhaitait s'installer plus près de la côte et agrandir ses installations. Le Centre LA PICASSE cherchait quant à lui à exploiter une ancienne usine de transformation du poisson de fond. Les deux ont donc convenu de faire équipe : la communauté s'est chargée d'acheter une grue d'une capacité unique en Nouvelle-Écosse. Elle s'est également chargée de l'aménagement des terrains et des infrastructures, tandis que les Entreprises Samson ltée ont construit les bâtiments nécessaires pour l'usine et les bureaux.

Depuis l'ouverture du Centre maritime Isle à Souris en novembre 2002, 18 emplois ont été créés par les Entreprises Samson ltée. Les commandes ne cessent de s'accumuler, ce qui laisse entrevoir que les 50 emplois prévus seront atteints en trois ans. Le site est géré conjointement par la communauté et l'entrepreneur, et les revenus de l'initiative financeront d'autres projets visant la création d'emplois dans la communauté.

PARTENAIRES CLÉS

- Entreprises Samson ltée
- Société d'expansion du Cap Breton
- Centre LA PICASSE
- Développement des ressources humaines Canada
- Fond de développement économique communautaire de la Caisse populaire St-Joseph

Le Centre maritime Isle à Souris est le seul de la Nouvelle-Écosse à être équipé d'une grue pouvant lever et descendre un bateau de 150 tonnes et de 105 pieds de long.

Île-du-Prince-Édouard

Chambre de commerce acadienne et francophone

Au cours du dernier exercice, le RDÉE de l'Île-du-Prince-Édouard et la communauté d'affaires acadienne ont combiné leurs efforts pour créer la Chambre de commerce acadienne et francophone de l'Île-du-Prince-Édouard « CCAFLIPE ». On a ainsi voulu réunir les ressources humaines de l'Acadie de l'Île pour mettre en valeur ce capital humain et intégrer le réseau d'entrepreneurs d'expression française aux initiatives socioéconomiques, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la province. On envisage d'ailleurs d'intégrer cette chambre de commerce au conseil consultatif du RDÉE dans un avenir rapproché.

La Chambre s'est notamment alliée à la Summerside Chamber of Commerce de façon à profiter de l'expertise de cette institution solidement établie et à offrir la possibilité à la Chambre anglophone d'élargir son bassin de membres.

La CCAFLIPE agit comme catalyseur dans le milieu des affaires acadien. C'est un outil de promotion des intérêts des gens d'affaires francophones de l'Île qui favorisera non seulement le maintien, mais l'amélioration des conditions socioéconomiques de la communauté. Dès son premier mois d'existence, la CCAFLIPE comptait déjà 25 membres. Son agenda proposait entre autres des dîners conférences mensuels.

PARTENAIRES CLÉS

- Entrepreneurs acadiens et francophones de l'Île
- Summerside Chamber of Commerce
- Conseil de promotion économique de la Région Évangéline

(rangée arrière, de g. à dr.) Jeannette Arsenault, entrepreneure acadienne et ancienne présidente de la Summerside Chamber of Commerce et Giselle Bernard, agente en développement rural du RDÉE de l'Î.-P.-É. (rangée avant, de g. à dr.) Blair Campbell, représentant de la ville de Summerside et Léopold Arsenault, entrepreneur acadien et président de la Chambre de commerce acadienne de l'Î.-P.-É.

Marché des fermiers

Le RDÉE de l'Île a par ailleurs fourni un appui logistique important aux producteurs maraîchers, artistes et artisans de la région Évangéline pour la tenue hebdomadaire du Marché des fermiers durant tout l'été.

Le RDÉE a d'abord créé un comité consultatif pour étudier plus à fond l'idée lancée par un producteur de légumes organiques. Il y a rallié des représentants de tous les milieux intéressés, notamment des entrepreneurs qui avaient déjà vendu leurs produits dans des marchés semblables. Le groupe a ainsi pu bénéficier de précieux conseils issus de l'expérience. Le RDÉE a ensuite réussi à intéresser le ministère du Tourisme provincial et celui du Développement communautaire.

L'expérience s'est avérée très profitable pour tous les partenaires. Les producteurs et artisans y ont trouvé une plate-forme où vendre leurs produits, sans nécessairement avoir à assurer une production continue de semaine en semaine. Quelques producteurs et commerces ont assuré la régularité tandis que d'autres s'ajoutant à l'occasion conféraient une touche de nouveauté pour les visiteurs. Les citoyens des régions avoisinantes y ont trouvé un lieu où s'approvisionner en produits frais, et ils ont amené de l'eau au moulin pour d'autres commerçants locaux ou situés sur les routes reliant les régions. Enfin, le centre d'exposition a ajouté à son programme une touche aussi sociale que commerciale et, grâce à ses activités régulières, fourni une clientèle additionnelle aux producteurs.

En tout, une vingtaine de vendeurs ont participé aux activités et chaque samedi, plus de 200 visiteurs ont franchi les portes du Marché des fermiers.

PARTENAIRES CLÉS

- Association touristique Évangéline
- Centre Expo-Festival
- Ministère provincial du Tourisme
- Ministère provincial du Développement communautaire
- Centre scolaire-communautaire Évangéline

Terre-Neuve-et-Labrador

Accueil du paquebot *Le Levant*

Le RDÉE de Terre-Neuve-et-Labrador et la communauté de la péninsule de Port-au-Port ont créé puis testé, à l'intention des touristes français voyageant à bord du paquebot *Le Levant*, un circuit touristique clé en main.

Avant même l'arrivée des passagers, les multiples participants au projet savaient que ce serait un succès. Le résultat a dépassé leurs attentes : des retombées se chiffrant, en une seule journée de visite, au double de l'investissement financier gouvernemental. Le directeur de croisière du paquebot et les passagers ont été si agréablement accueillis que le paquebot a accosté pour deux autres visites pendant l'été.

Artisans, musiciens et danseurs, entrepreneurs, tous ont profité des achats des touristes. Le succès de cette initiative a valu aux organisateurs une importante couverture médiatique, qui n'a pas manqué de faire connaître le savoir-faire des Franco-Terre-Neuviens-et-Labradoriens et leur apport à l'économie locale.

PARTENAIRES CLÉS

- Développement des ressources humaines Canada
- Ville de Stephenville
- Festival Coast Tourism Association
- Port au Port Economic Development Association (PAREDA)
- Association régionale de la Côte-Ouest (ARCO)
- Entrepreneurs francophones locaux
- Harbour Authority

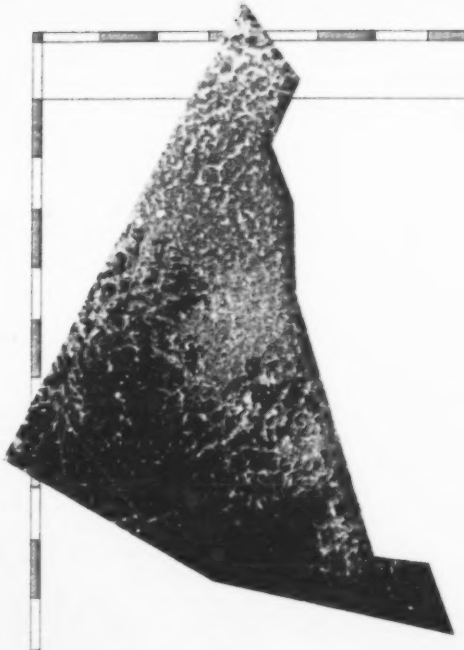
Les affaires et les francophones : Qu'on se le dise!

Il y a une dizaine d'années, le gouvernement provincial de Terre-Neuve-et-Labrador a lancé, en collaboration avec le gouvernement du Canada, le programme de communications et de marketing *Getting the Message Out*. L'objectif consiste à communiquer les bonnes nouvelles de l'économie et du milieu des affaires afin de contrer l'exode des jeunes et le chômage. Il s'adresse principalement aux jeunes et se fonde sur toute une gamme d'activités, allant de présentations multimédias à des exposés d'entrepreneurs.

En 2002, le RDÉE de Terre-Neuve-et-Labrador a fait équipe avec le Bureau des services en français du gouvernement provincial et la coordonnatrice du programme pour y inclure les communautés francophones. Le programme « Qu'on se le dise! » touche principalement les jeunes francophones de 18 à 30 ans et leur présente, en français, les réussites des entrepreneurs franco-terre-neuviens-et-labradoriens. Le programme vise à renforcer les attitudes positives par rapport aux capacités des entreprises et entrepreneurs de la province. Les messages communiqués sont simples. Tout d'abord, réussir à Terre-Neuve-et-Labrador, c'est possible : il suffit d'une bonne dose de réalisme, de solidarité et de volonté d'apprendre. Deuxièmement, nous avons tous un rôle à jouer dans le développement économique francophone : tous autant que nous sommes.

PARTENAIRES CLÉS

- Ministère provincial de l'Industrie, du Commerce et du Développement rural
- Bureau des services en français du gouvernement provincial
- Industrie Canada
- Entrepreneurs francophones et anglophones de la province
- Institutions d'enseignement
- Franco-Jeunes de Terre-Neuve et du Labrador
- Autres associations jeunesse



Yukon

Guide touristique imprimé et virtuel

Le RDÉE du Yukon a publié cette année le tout premier guide touristique en français sur le Yukon. Le tourisme est un secteur économique d'importance dans ce territoire, qui accueille en moyenne dix touristes par habitant chaque année.

Il y avait bien eu, il y a longtemps, une version française d'un guide décrivant la destination du Yukon. Toutefois, il ne contenait aucune indication des entreprises touristiques, et encore moins de celles offrant des produits et services en français.

L'idée de publier un guide en français a plu au gouvernement territorial, qui y a vu l'occasion de courtiser plus efficacement le marché européen. Le RDÉE du Yukon est très fier de cette réalisation, qui met la francophonie yukonnaise à l'honneur et concrétise un partenariat avec le Territoire.

Le guide est également publié en ligne, avec des fonctionnalités additionnelles permettant à l'internaute de voir les paysages du Yukon tout en préparant son itinéraire.

PARTENAIRES CLÉS

- Ministère des Entreprises, du Tourisme et de la Culture du Yukon
- Bureau des services en français du Yukon

Bonjour!

Plus d'une centaine de places d'affaires au Yukon offrent des services en français. Toutefois, les visiteurs, les nouveaux arrivants et même les Franco-Yukonnais ne savent pas nécessairement lesquelles.

C'est pourquoi le RDÉE du Yukon a conçu un autocollant identificateur. Apposé sur les vitrines et les comptoirs, celui-ci indique clairement les endroits où l'on peut entrer et dire : *Bonjour!* Cet autocollant donne une meilleure visibilité aux entrepreneurs francophones et francophiles. Il constitue pour eux un outil simple et efficace pour attirer les gens chez eux. Cette nouveauté a été très bien accueillie et a déjà des retombées positives parmi les gens d'affaires et la population du Yukon.

PARTENAIRE CLÉ

- Bureau des services en français du Yukon

Territoires du Nord-Ouest

Création d'un organisme économique

Après avoir effectué une étude des besoins et élaboré un plan triennal intitulé *Bâtir un pays*, la communauté franco-ténoise a créé, à l'automne 2002, le Conseil de développement économique des Territoires du Nord-Ouest (CDÉTNO). Cet organisme voué au développement économique et à l'employabilité fera sous peu office de RDÉE dans ce territoire, rôle jusqu'alors assumé par la Fédération Franco-TéNOise.

Après avoir aménagé les locaux, le personnel a effectué une tournée de promotion du CDÉTNO dans les quatre communautés des Territoires du Nord-Ouest, soit Fort Smith, Hay River, Inuvik et Yellowknife. Cette tournée, effectuée durant les mois de novembre et décembre 2002, visait à présenter le Conseil, ses services ainsi que son personnel et à initier le processus de recrutement de ses membres.

Nouveau forfait touristique

Grâce à l'aide du RDÉE, une jeune entrepreneure d'Inuvik, Marie-Anik Élie, *musher* (conductrice de traîneaux à chiens) à Inuvik, a pu lancer un superbe forfait Montréal-Yellowknife-Inuvik-Montréal à composantes exclusivement francophones. Le RDÉE lui a en outre permis de participer au Mondial de l'entrepreneuriat, à Ottawa, où elle a fait la promotion de ce forfait.

PARTENAIRES CLÉS

- Entreprises franco-ténoises

Marie-Anik Élie

Aide au démarrage d'entreprise

Le RDÉE des T.N.-O. a joué un rôle déterminant dans l'ouverture de Pascal's Boulangerie française par deux jeunes entrepreneurs originaires de la Bourgogne, en France. Ces derniers, tous deux diplômés de l'Institut National de la Boulangerie-Pâtisserie de Rouen, en Normandie, ont mis le cap au Nord en raison du boom économique qui frappe la région et de la qualité de vie qu'on y trouve.

Le personnel du RDÉE les a appuyés dans leur recherche de financement et dans la création de matériel promotionnel bilingue. Il a également conseillé les deux boulangers en matière de politiques de prix et de gestion.

Un travail considérable a donc été accompli pour aider les deux boulangers à réaliser leur rêve, en français, et à offrir des services bilingues à Yellowknife.

PARTENAIRE CLÉ

- Banque de développement du Canada

Le fier boulanger Pascal Bonnin lors de l'ouverture officielle de Pascal's Boulangerie française.

Nunavut

Destination Nunavut

Le RDÉE du Nunavut a déployé des efforts considérables dans le secteur du tourisme. Il a notamment conçu un guide touristique, imprimé et virtuel, intitulé *Destination Nunavut*.

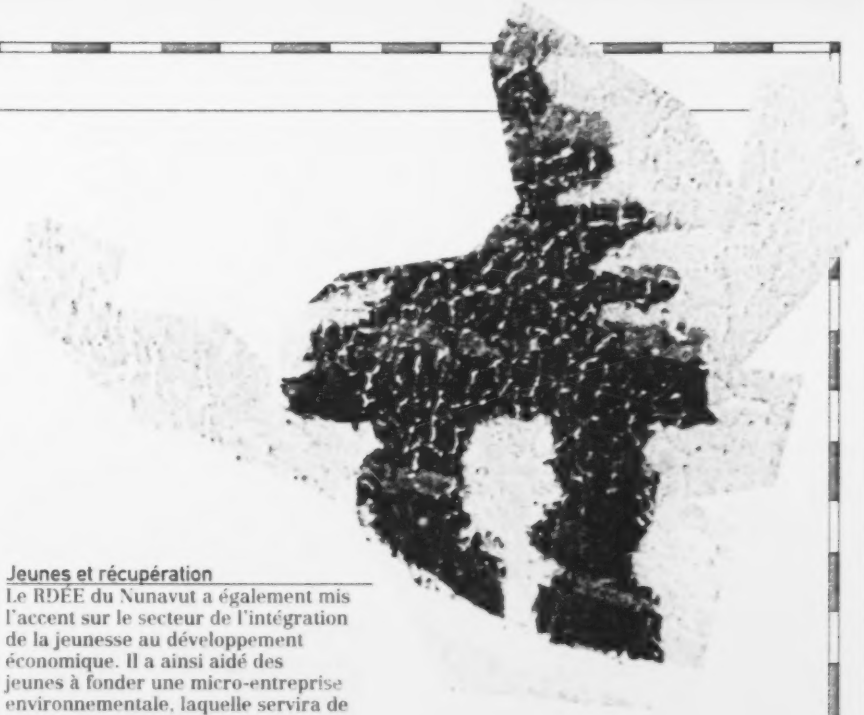
Le guide imprimé a été tiré à 10 000 exemplaires, dont mille ont été expédiés en Europe où ils sont distribués par l'agence Grand Nord Grand Large, à Paris. On sait que la clientèle française est friande des grands espaces du Grand Nord. Tous les pourvoyeurs et entrepreneurs touristiques du Nunavut en ont également reçu un exemplaire, et Nunavut Tourism le distribue aux clients à la recherche d'information en langue française.

Le guide virtuel, quant à lui, est accessible à l'adresse www.destinationnunavut.com. Il propose une information plus détaillée. Le site est divisé en deux : une partie s'adresse plus particulièrement à la clientèle touristique alors que l'autre offre des renseignements d'ordre plus général, allant de la faune et la flore aux données sur la population en passant par le climat.

Le RDÉE du Nunavut a entrepris de recueillir les commentaires des utilisateurs du guide afin d'améliorer la prochaine édition.

PARTENAIRES CLÉS

- Développement des ressources humaines Canada
- Entrepreneurs franco-nunavois
- Nunavut Tourism



Jeunes et récupération

Le RDÉE du Nunavut a également mis l'accent sur le secteur de l'intégration de la jeunesse au développement économique. Il a ainsi aidé des jeunes à fonder une micro-entreprise environnementale, laquelle servira de modèle pour les écoles.

L'entreprise en question recycle du papier provenant des ministères et produit des cartes de souhaits vendues dans les commerces d'Iqaluit. Le projet a permis de sensibiliser la municipalité, le milieu scolaire et les élèves au démarrage d'entreprise, aux compétences recherchées sur le marché du travail et à la récupération. Il a également initié les jeunes entrepreneurs aux nouvelles technologies de l'information.

PARTENAIRES CLÉS

- Société de recyclage d'Iqaluit
- Association des francophones du Nunavut
- Développement des ressources humaines Canada

Planification stratégique pluriannuelle

Le RDÉE du Nunavut a en outre élaboré son plan stratégique au cours du dernier exercice. Après réflexion et concertation avec les entrepreneurs francophones et francophiles, il a produit un plan quinquennal.

L'équipe du Comité national

La présidence

Mme CLAIRE BÉLANGER-PARKER
coprésidente, partie communautaire

M. A. BILL FERGUSON
coprésident, partie fédérale

M. ALBERT BOHÉMIER
coprésident sortant, partie communautaire

Le secrétariat

M. ROGER LAVOIE
secrétaire général, partie communautaire

Mme MICHELLE HAMELIN
secrétaire générale, partie fédérale

Les membres de la communauté

RÉGION EST

M. ALBERT BOHÉMIER
président du groupe Survival Systems ltée, Nouvelle-Écosse

Mme GERMAINE MONTAGUE
présidente de Down East Coffee Roaster et Café Cognito, Nouveau-Brunswick

M. JEAN-PAUL ARSENAULT
associé du cabinet HR Associates inc., Île-du-Prince-Édouard

RÉGION CENTRE

M. PIERRE BÉLANGER
président de Bisons du Nord, Zoo d'Earlton et Centre de camping d'Earlton, Nord de l'Ontario

M. SIMON PROULX
président-directeur général de Val Roca inc, Est de l'Ontario

M. PIERRE PAQUETTE
copropriétaire et directeur des Communications et des Projets spéciaux de Allset inc., Centre-Sud-Ouest de l'Ontario

RÉGION OUEST

Mme CLAIRE BÉLANGER-PARKER
présidente de CNT Tours Conventions/ Congrès N'Tours inc., Saskatchewan

M. RAYMOND POIRIER
président de Apprentissage illimité inc., Manitoba

Mme FRANCINE THIVIERGE
présidente de Thivierge Financial Services ltée, Colombie-Britannique

RÉGION NORD

M. PAUL CROWLEY
avocat et conseiller juridique, Nunavut

Les membres fédéraux

AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD
M. MARC BROOKS
directeur des Programmes de développement économique

AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE
M. KURT INDER
agent de développement de programmes et coordonnateur national, Article 41 de la *Loi sur les langues officielles*

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA
M. BRIAN MURPHY
responsable de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*

BANQUE DE DÉVELOPPEMENT DU CANADA
Mme MARTINE TRUDEAU
agente, Relations d'affaires, Service du marketing

DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA
M. A. BILL FERGUSON
chef exécutif régional du Nouveau-Brunswick, responsable de la mise en œuvre de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*

M. BILL MERKLINGER
directeur général de la Prestation de services pour l'Est et le Centre-Nord de l'Ontario

DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA
Mme ANASTASIA LIM
conseillère spéciale

INDUSTRIE CANADA
Mme MARY PAVICH
directrice des opérations, Secteur des opérations

Mme DOMINIQUE VEILLEUX
gestionnaire, Coordination nationale des communautés minoritaires de langue officielle

PATRIMOINE CANADIEN
Mme LOUISE TRAHAN
directrice de Concertation interministérielle, Direction générale des programmes d'appui aux langues officielles

SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR
Mme NICOLE FORTIER
directrice des programmes Langues officielles et Équité en emploi

TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA
Mme FRANCINE BASTIEN
directrice, Relations de travail

Observateur

FedNor
M. MICHEL RACINE
agent du DEC

Les réseaux de développement économique et d'employabilité (RDÉE)

Alberta	La Chambre économique de l'Alberta M. Frank Saulnier, directeur général
Colombie-Britannique	Société de développement économique de la Colombie-Britannique M. Donald Cyr, directeur général
Île-du-Prince-Édouard	Société de développement de la Baie acadienne M[me] Louise Comeau, directrice générale
Manitoba	Conseil de développement économique des municipalités bilingues du Manitoba M[me] Mariette Mulaire, directrice générale
Nouveau-Brunswick	Conseil économique du Nouveau-Brunswick M. Robert Frenette, coordonnateur du RDÉE
Nouvelle-Écosse	Le Conseil de développement économique de la Nouvelle-Écosse M. Joseph Cottreau, directeur général
Nunavut	Association des francophones du Nunavut M[me] Chantal Gabriot, coordonnatrice du RDÉE
Ontario, régions Nord, Est et Centre-Sud-Ouest	Regroupement franco-ontarien de développement économique et d'employabilité M[me] Nicole Sauvé, directrice générale
Saskatchewan	Conseil de coopération de la Saskatchewan M. Robert Therrien, directeur général
Territoires du Nord-Ouest	Conseil de développement économique des Territoires du Nord-Ouest M. André L. Routhier, directeur
Terre-Neuve-et-Labrador	Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador M[me] Josée Dalton, coordonnatrice du RDÉE
Yukon	Association franco-yukonnaise M. Dominique Pépin-Filion, coordonnateur du RDÉE

Lauriers de la PME *2003*

Félicitations aux entreprises lauréates!

Famille Bosc : Paul-André, Paul, Andrée et Pierre-Jean

Pierre Pelletier et Isabel P. Gagné

Alain Bélanger

Léo VanBrabant

Margarita Romano et Isabelle Mercier Turcotte

TOURISME

DEUX PRIX EX ÆQUO

Le Château des Charmes, de Niagara-on-the-Lake en Ontario, est à la fois un vignoble et un attrait touristique de premier ordre en Ontario. La famille Bosc cultive 170 hectares de vignes résistant aux froides températures canadiennes. Le Château a été le premier au pays à installer dans ses champs des « moulins à vent » fonctionnant nuit et jour pour atténuer les variations de température lorsque le mercure descend sous -15°C.

D'une superficie de 35 000 p.c., le Château comporte une immense cave à vin souterraine, un laboratoire ultra moderne, des installations d'embouteillage entièrement automatisées, une boutique, des salles de réception et des bureaux administratifs. Le vignoble accueille plus de 100 000 visiteurs et produit un million et demi de bouteilles annuellement.

Le Château des Charmes a reçu de très nombreux prix d'excellence à des concours nationaux et internationaux.

La Savonnerie Olivier est un site touristique de premier plan à Sainte-Anne-de-Kent, près de Bouctouche, au Nouveau-Brunswick. L'entreprise, devenue ÉCONOMUSÉE® du savon du Canada en 2002, accueille chaque année environ 30 000 visiteurs et fabrique 120 produits écologiques recommandés par les dermatologues.

Isabel P. Gagné et Pierre Pelletier offrent une expérience touristique complète : site, démonstration, musée, galerie SavonArt, bibliothèque et boutique. Ils ont forgé des alliances avec d'autres destinations touristiques du Nouveau-Brunswick, s'approvisionnent et embauchent localement et participent activement à la vie communautaire car pour eux, une entreprise est un membre à part entière de sa communauté et doit être appréciée dans son propre milieu pour progresser.

En 2002, Isabel P. Gagné a remporté le titre de Femme entrepreneure de l'année dans la région de Kent, et La Savonnerie Olivier, celui d'Entreprise de l'année au Nouveau-Brunswick.

DÉVELOPPEMENT RURAL

RégeNord ltée, de Kedgwick au Nouveau-Brunswick, propriété d'Alain Bélanger, s'appuie sur l'innovation pour « Régénérer le Nord », « Régénérer la forêt » et « Régénérer l'économie du Nord du Nouveau-Brunswick ». L'entreprise offre des services professionnels en foresterie, environnement, géomatique, recherche et développement, ingénierie, agronomie et aménagement forestier et faunique.

Installée dans une localité forestière de 1 500 habitants, RégeNord ltée a dû innover pour pallier un manque criant de ressources humaines qualifiées. Elle a fondé ses propres écoles : *L'École de formation de Restigouche* est spécialisée en foresterie, et le *Centre d'apprentissage professionnel en technologie*, en électronique, électricité, informatique, mécanique et entrepreneuriat.

En 2001, l'entreprise a reçu le prix de reconnaissance des principaux employeurs du Nouveau-Brunswick recrutant chez les jeunes décerné par le Conference Board du Canada.

ÉCONOMIE DU SAVOIR

Lemalu Holdings ltée et son propriétaire M. Léo VanBrabant, sont des pionniers de l'économie du savoir dans la région de Saint-Paul en Alberta.

En 1994, l'entreprise était la première à fournir un accès Internet à la population de Saint-Paul. En 1998, elle assurait le service Internet à haute vitesse DSL, et depuis un an, elle travaille à un projet de réseau Internet super haute vitesse sans fil.

Le milieu de l'éducation ayant manifesté le besoin d'un filtre de contenu Internet en français, Lemalu Holdings a innové pour en créer un qui analyse le contenu d'une page chaque fois qu'elle est consultée par un utilisateur. En 2002, une vingtaine de ces filtres étaient utilisés dans quatre conseils scolaires albertains.

Lemalu Holdings est également connue par les élèves de la région de Saint-Paul, car elle décerne annuellement des prix d'excellence en informatique, en technologie et en sciences.

INTÉGRATION DES JEUNES DANS LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Scénario Design, une entreprise de création graphique et de design de Vancouver, en Colombie-Britannique, a réussi à se tailler une place de choix dans un milieu très compétitif. Elle compte parmi ses clients la Banque HSBC, Imax et les restaurants Earl's.

Isabelle Mercier Turcotte et Margarita Romano se sont lancées en affaires deux ans après leurs études en scénographie. Elles se sont entourées d'une équipe d'employés, de contractuels et de professionnels fraîchement sortis des écoles ou en début de carrière.

Leur entreprise est reconnue pour ses idées parfois dérangeantes, souvent inusitées mais toujours intègres et conformes aux demandes des clients.

Scénario Design est la première société canadienne à remporter le prix « Printing Industries of America Certificate of Merit and Award of Recognition ».